**Автономная некоммерческая организация**

**профессионального образования**

**«Челябинский колледж Комитент»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг»**

**для специальности 43.02.14**

**«Гостиничное дело»**

**Квалификации выпускника: Специалист по гостеприимству**

Рассмотрено и утверждено на заседании

цикловой методической комиссии

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Протокол № \_\_\_\_от \_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

Председатель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Челябинск

2021

|  |  |
| --- | --- |
| ОДОБРЕНО  На заседании ЦМК «Сервис и туризм»  Протокол № | Cоставлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 9 декабря 2016 года № 1552, |
| Председатель ЦМК: |  |
| Составитель: |  |

**СОДЕРЖАНИЕ**

[**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4**](#_Toc96958875)

[**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 8**](#_Toc96958876)

[**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ 13**](#_Toc96958877)

[**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 16**](#_Toc96958878)

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

**1.2.Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.**

Обучающийся, освоивший программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

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

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

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 работы службы бронирования и продаж;  определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;  разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. | критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;  виды отчетности по продажам. |
| ОК 01 | распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;  составить план действия; определить необходимые ресурсы;  владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). | актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.  алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности. |
| ОК 02 | определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. | номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации. |
| ОК 03 | определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития | содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 04 | организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами | психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности |
| ОК 05 | излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы. | особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов. |
| ОК 09 | **п**рименять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение | современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности. |
| ОК 10 | понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы | правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности |
| ОК11 | выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования | основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты |

# 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Объем учебной дисциплины** | **76** |
| в том числе: | |
| теоретическое обучение | 46 |
| лабораторные и практические занятия | 28 |
| Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта | 2 |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем часов** |
| **Тема 1**  **Введение в маркетинг гостиничных услуг.** | **Содержание учебного материала** | 8 |
| **1.** Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. |  |
| **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. |  |
| **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. |  |
| **4.** Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. |  |
| **Тематика практических занятий** | 4 |
| **1. Практическая работа –** «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства». |  |
| **2. Практическая работа –** «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»; |  |
| **Тема 2**  **Рынок гостиничных услуг.** | **Содержание учебного материала** | 8 |
| **1.** Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг. |  |
| **2.** Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг. |  |
| **3.** Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. |  |
| **4**. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. |  |
| **Тематика практических занятий** | 4 |
| **1. Практическая работа – «**Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг». |  |
| **2. Практическая работа –** «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов. |  |
| **Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.** | **Содержание учебного материала** | 10 |
| **1.** Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р). |  |
| **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. |  |
| **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. |  |
| **4.** Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. |  |
| **5.** Продвижение как составляющее комплекса маркетинга**.** Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. |  |
| **Тематика практических занятий** | 4 |
| **1. Практическая работа – «**Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.». |  |
| **2. Практическая работа – «**Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов». |  |
| **Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | 10 |
| **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.** 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. |  |
| **3.** Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. |  |
| **4.** Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. |  |
| **5** PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий**.** Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. |  |
| **Тематика практических занятий** | 6 |
| **1. Практическая работа – «**Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки». |  |
| **2.** **Практическая работа – «**Овладение методикой разработки рекламной компаниигостиничного предприятия». |  |
| **3. Практическая работа – «**Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.». |  |
| **Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.** | **Содержание учебного материала** | 8 |
| **1.** Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. |  |
| 2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. |  |
| 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 |  |
| 4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. |  |
| 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. |  |
| 6.Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг. |  |
| **Тематика практических занятий** | **4** |
| **1. Практическая работа – «**Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». |  |
| **2. Практическая работа – «**Отработка навыков составления анкет». |  |
| **Тема 6**  **Конкурентоспособность гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | 2 |
| **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.** Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. |  |
| **Тематика практических занятий** | 6 |
| **1. Практическая работа – «**Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению». |  |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта** | | 2 |
| **Всего:** | | **76** |

# 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

**3.1. Материально-техническое обеспечение**

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Экономики, менеджмента, маркетинга, метрологии и стандартизации», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя; техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийное оборудование: проекционный экран, проектор, компьютер.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**3.2.1. Основные**

1. Трудовой Кодекс Российской Федерации. – М., 2021. Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/901807664
2. ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Введен в действие-01.01.2016. Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/1200114767
3. ГОСТ Р 50690-2017. - Туристские услуги. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 31.10.2017 N 1561-ст)
4. ГОСТ Р 57286-2016. - Услуги социального туризма. Туристские услуги для людей пожилого возраста. Общие требования. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.11.2016 N 1797-ст) Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/420307882
5. ГОСТ Р 57287-2016. - Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых природных территориях. Требования. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.11.2016 N 1798-ст) Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/420307882
6. ГОСТ Р 57287-2016. - Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых природных территориях. Требования. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.11.2016 N 1798-ст) Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/420307882
7. ГОСТ Р 57287-2016. - Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых природных территориях. Требования. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.11.2016 N 1798-ст) Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/420307882
8. ГОСТ Р 57287-2016. - Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых природных территориях. Требования. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.11.2016 N 1798-ст). Введен в действие-01.01.2016 Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/420307882
9. ГОСТ 32612-2014. - Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования (введен в действие Приказом Росстандарта от 26.03.2014 N 229-ст). Введен в действие-01.01.2016. Режим доступа http://persona-grata.ru/yuridicheskie-uslugi/turbiznes-2020-trebovaniya-zakonodatel-stva/gosty-v-sfere-turizma
10. Постановление Правительства РФ от 9 октября 2015г. № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (с изменениями на 18 июля 2019 года) Режим доступа https://docs.cntd.ru/document/420307882
11. Дурович, А.П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 249 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600092 (дата обращения: 09.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-989-2. – Текст : электронный.
12. Чернопятов, А.М. Маркетинг персонала : учебник : [12+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 277 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564386 (дата обращения: 09.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0333-4. – DOI 10.23681/564386. – Текст : электронный.

3.2.2. Дополнительные

1. Российская Государственная Библиотека. Форма доступа: Режим доступа <http://rsl>.ru
2. Новости, статьи, форум, делопроизводство, подбор персонала, аналитические материалы – для менеджеров по персоналу. Режим доступа http://www.kadrovik-praktik.ru;
3. Сукало, Г.М. Экономика организации : учебное пособие : [12+] / Г.М. Сукало. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 213 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601713 (дата обращения: 09.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1839-0. – DOI 10.23681/601713. – Текст : электронный.

4. Энциклопедия маркетинга Режим доступа: http://marketing.spb.ru/

# 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| **В результате** освоения программы дисциплины обучающийся должен  **знать:** |  |  |
| О[собенности маркетинга в гостиничной деятельности](http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p12.php#metkadoc3), его цели и методологию. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| рыночные [стратегии маркетинга](http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p12.php#metkadoc6) и их применение предприятием гостеприимства. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг.  **Уметь:** | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Определять и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды; | Оценка результатов | Оценка процесса  выполнения практической работы |
| Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга. | Оценка результатов | Оценка результатов выполнения практической работы |
| Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Оценка результатов  выполнения практической работы |
| Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.). | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Разработать программу рекламной компаниигостиничного предприятия. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Решать проблемувыбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности». | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка процесса |
| Демонстрировать навыкисоставления анкет. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Демонстрировать навыкиоценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта** |