

СОГЛАСОВАНО
на заседании цикловой
методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 30 августа 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»

Е.А. Кузнецова
02 сентября 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 МАРКЕТИНГ УСЛУГ

для

43.02.14 Гостиничное дело

2019 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.14 Гостиничное дело.

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Гуськова Анастасия Павловна, преподаватель специальных дисциплин

©ГБПОУ «ТКСиТ»

©Гуськова Анастасия Павловна, преподаватель специальных дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	19

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 Маркетинг услуг

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочей программой учебной дисциплины является часть программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 43.02.14 Гостиничное дело.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке работников гостиничной индустрии.

1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ: дисциплина входит в профессиональный цикл и является общеобразовательной дисциплиной.

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

В результате изучения профессиональной дисциплины студент должен получить комплексное представление о стандартизации и контроле качества гостиничных услуг, уметь применять полученные знания в своей профессиональной деятельности.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	- применять маркетинговый инструментарий в условиях глобализации экономики для предприятий сферы услуг; - правильно оценивать маркетинговые возможности предприятия индустрии гостеприимства и туризма на рынке с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды; - правильно оценивать возможности предприятия индустрии гостеприимства и туризма на рынке по всему комплексу маркетинга; - определять эффективность ценовой политики предприятия;	- современные тенденции развития рынков нематериальных товаров; - фазы жизненного цикла гостиничного продукта; - факторы внешней и внутренней среды; - основные методы установления цен; - каналы распределения гостиничного продукта;

	- определять структуру и уровни каналов распределения;	
ПК 4.2	- описывать сущность каждой из конкурирующих концепций маркетинга; - осуществлять правильную выборку для исследования, сбор первичной и вторичной маркетинговой информации; - проводить кабинетные и полевое исследование на рынке услуг гостеприимства и туризма; - выявлять факторы, определяющие выбор каналов распределения;	- порядок сбора первичной и вторичной информации; - место и роль цены в комплексе маркетинга; - особенности использования отдельных средств маркетинговых коммуникаций в индустрии гостеприимства и туризма;
ПК 4.3	- правильно оценивать конъюнктуру рынка; - понимать мотивы поведения потребителей индустрии гостеприимства и туризма; - принимать маркетинговые решения в области рекламы, персональных продаж, стимулирования сбыта;	- особенности покупательского поведения; - требования, которым должны соответствовать целевые сегменты; - сущность процесса управления маркетингом на предприятии индустрии гостеприимства и туризма; - основные направления проводимых мероприятий по связям с общественностью.
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 сво-	- 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.

	их действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
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	- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение.	- современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказы-	- 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;

	зывания 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 чтения текстов профессиональной направленности.
OK11	- 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.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

всего – 298 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 182 часа;
 внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – 18 часа;
 подготовка к экзамену – 2 часа;
 промежуточная аттестация в форме экзамена – 6 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	298
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	182
в том числе:	
лекционные занятия	42
лабораторная работа	40
контрольные работы	4
практические занятия	96
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося (всего)	108
в том числе:	
работа с конспектом лекций	18
составление таблиц	28
подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы	12
подготовка реферата	24
решение ситуационных производственных (профессиональных) задач	10
подготовка сообщения	16
повторительно-обобщающее занятие	2
экзамен	6
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.12 Маркетинг услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала практические работы, внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические аспекты маркетинга услуг		11+вср9	
Тема 1.1. Сфера услуг в рыночной экономике	Содержание учебного материала	5	
	1. Понятие и общая характеристика товара. Товар и его характеристики. Перечень товаров, представленных на рынке: продукты, услуги, индивидуальности, организации, географические достопримечательности.	1	1
	2. Услуга и ее роль в современной экономике. Услуга и ее краткая характеристика. Рынок услуг, его исторические предпосылки. Значения маркетинга услуг, как отдельной дисциплины.	1	1
	3. Классификация услуг. Классификация услуг Ф.Ловелока. Сравнение услуг по степени их неосвязаемости. Матрица сегментации потребительских услуг, в зависимости от степени участия в обслуживании клиентов представителей предприятия. Типология услуг. Новые типы услуг.	1	2
	4. Жизненный цикл услуги. ЖЦ услуги и его особенности. Стадии жизненного цикла услуги.	1	2
	5. Специфика маркетинга услуг и его принципиальные отличия от маркетинга продукта. Отличительные особенности маркетинга услуг от маркетинга продукта. Особенности рынка услуг.	1	2
	Контрольные работы	1	
Внеаудиторная самостоятельная работа	1. №1: в форме тестирования «Сфера услуг в рыночной экономике»		
1. Работа с конспектом лекций.			
2. Составление таблицы		4	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Сфера услуг в рыночной экономике. (2)			
2.1 Отличительные характеристики услуги. (2)			
Тема 1.2. Концепция маркетинга услуг.	Содержание учебного материала	4	
	1. Маркетинг как управленческая концепция. Сущность маркетинга и его роль в экономике. Сущность основных категорий (понятий) маркетинга.	1	2
	2. Концепция маркетинга в индустрии гостеприимства и туризма: социально-экономическая сущность и специфика. Маркетинговые концепции и их характеристика.	1	2

	3.	Инструменты комплекса маркетинга (маркетинг-микс). Определение комплекса маркетинга. Инструментарий маркетинга. Первоначальная модель комплекса маркетинга и современная.	1	2
	4.	Стратегии маркетинга. Стратегии (типы) маркетинга в зависимости от состояния спроса.	1	2
	Контрольная работа		1	
	1. № 2: в форме решения кроссворда на тему «Концепция маркетинга услуг»			
Внеаудиторная самостоятельная работа				
1. Работа с конспектом лекций.				
2. Подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы.				
3. Составление таблицы				
4. Подготовка реферата				
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:				
1.1 Концепция маркетинга услуг. (2)				
2.1 Подходы к содержанию понятия «маркетинг». (6)				
3.1 Известные управленческие концепции маркетинга. (2)				
4.1 Комплекс маркетинга, особенности его разработки на предприятиях сферы услуг. (8)				
Раздел 2.			6+вср16	
Информационное обеспечение маркетинга услуг.				
Тема 2.1.			3	
Маркетинговые исследования	1.	Сущность и значение маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования: понятие, цель и задача. Направление маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Кабинетные исследования: цель, этапы. Основные формы документальной информации. Инструментарий первичной информации.	1	2
	2.	Наблюдение. Наблюдение, как метод маркетингового исследования. Классификация форм наблюдения. Достоинства и недостатки наблюдения.	1	2
	3.	Эксперимент. Сущность эксперимента. Используемые факторы при эксперименте. Классификация экспериментов. Достоинства и недостатки эксперимента.	1	2
Внеаудиторная самостоятельная работа:				
1. Работа с конспектом лекций.				
2. Подготовка реферата.				
3. Решение ситуационных производственных (профессиональных) задач.				
4. Подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы.				
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:				
1.1 Маркетинговые исследования. (2)				
2.1 Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. (8)				
3.1 Подготовка форм опросной анкеты потребителей гостиничных услуг г.Твери на выбор. (10)				

4.1 Анализ предприятий г.Твери предлагающие услуги маркетинговых исследований.(6)			
Тема 2.2. Маркетинговая среда гостиничного предприятия	Содержание учебного материала		3
	1.	Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений. Понятие маркетинговой среды предприятия и ее структура.	1
	2.	Оценка конкурентной среды предприятия питания. Особенности конкурентной среды гостиничного предприятия. Информационная база оценки конкурентной среды. Индексы и показатели анализа конкурентной среды. «Пять сил конкуренции» по М. Портеру и их характеристика. Стратегических группы конкурентов гостиничных предприятий и подходы к их выявлению. Источники информации о конкурентах. Результаты анализа конкурентов.	1
	3.	Определение маркетинговых возможностей предприятий. Понятие маркетинговые возможности. Метод SWOT-анализа.	1
Внеаудиторная самостоятельная работа:			2
1. Подготовка сообщения.			
2. Составление таблицы.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			22
1.1 Внутренняя маркетинговая среда предприятия.			
1.2 Внешняя маркетинговая среда предприятия.			
2.1 Особенности и цели методов анализа внешней и внутренней среды. (6)			
Раздел 3. Потребители услуг гостеприимства и туризма			7+вср5
Тема 3.1 Поведение потребителей.	Содержание учебного материала		4
	1.	Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения. Понятие «потребительское поведение». Основные типы потребителей. Процесс выбора гостиничного продукта.	1
	2.	Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Нужда и потребность, как основа поведения человека. Теория мотивации.	1
	3.	Методы изучения и анализа предпочтений потребителей. Цель изучения мотивов. Методы исследования мотивации.	2
Внеаудиторная самостоятельная работа			1
1. Работа с конспектом лекций.			
2. Подготовка реферата.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			6
1.1 Поведение потребителей. (2)			
2.1 Влияние уровня удовлетворенности потребителей услуг гостеприимства на их поведения при выборе услуг. (4)			
Тема 3.2	Содержание учебного материала		3

Определение целевых рынков в индустрии гостеприимства и туризма	1. Сегментация рынка. Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг.	1	2
	2. Методы сегментации. Метод группирования. Метод кластерного анализа. Функциональные карты. Оценка эффективности сегментации.	2	1
Внеаудиторная самостоятельная работа			
1. Работа с конспектом лекций.			
2. Составление таблицы.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Определение целевых рынков в индустрии гостеприимства и туризма.			
2.1 Признаки сегментации и их характеристика.			
Раздел 4. Организация и управление маркетингом в сфере услуг гостеприимства и туризма		4	
		9+вср 3	
Содержание учебного материала			
Тема 4.1. Организация и управление маркетинговой деятельностью гостиничного предприятия	1. Основные этапы процесса управления маркетингом в гостиничном бизнесе. Характеристика этапов управления маркетингом в гостинице.	8	2
	2. Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии. Сущность маркетинговой стратегии, ее цель и задачи. Процесс разработки маркетинговой стратегии. Маркетинговые цели и их группы. Требования к установлению маркетинговых целей.	1	2
	3. Разработка альтернативных маркетинговых стратегий. Группы маркетинговых стратегий и их характеристика.	2	2
	4. Выбор и оценка маркетинговой стратегии. Факторы влияющие на выбор маркетинговой стратегии. Критерии оценки выбранной стратегии.	2	2
	5. Программа маркетинга. Основные понятия. Классификация маркетинговых стратегий. Порядок разработки, требования к составлению и оценка программы маркетинга.	2	2
Контрольная работа			
Внеаудиторная самостоятельная работа	1. № 3: в форме тестирования на тему «Маркетинг услуг»	1	
Внеаудиторная самостоятельная работа			
1. Работа с конспектом лекций.			
2. Подготовка реферата.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Организация и управление маркетинговой деятельностью гостиничного предприятия (2).			
2.1 Мотивация трудовой деятельности в гостиничном хозяйстве.			

Раздел 5. Маркетинговая политика гостиничного предприятия		13+вср11	
Тема 5.1 Продуктовая политика	Содержание учебного материала	2	
	1. Разработка гостиничного продукта. Разработка нового продукта и его направления. Отбор идей разработки нового гостиничного продукта на основе важнейших факторов успеха. Анализ эффективности нового гостиничного продукта по отношению к его аналогу у конкурентов.	1	2
	2. Формирование продуктовой стратегии гостиничного продукта. Продуктовая стратегия гостиничного предприятия. Продуктовой ассортимент (номенклатура) гостиничного предприятия, пути его расширения. Основные свойства продуктового ассортимента (широта, насыщенность, глубина, гармоничность)	1	2
Внеаудиторная самостоятельная работа			
1. Работа с конспектом лекций.			
2. Составление таблицы			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		6	
1.1 Гостиничный продукт, сущность и особенности проектирования и формирования продуктовой стратегии гостиничного предприятия. (2)			
2.1 Составляющие гостиничного продукта и входящие в них услуги. (2)			
2.2 Этапы процесса разработки нового гостиничного продукта. (2)			
Тема 5.2 Ценообразование в гостиничном маркетинге	Содержание учебного материала	2	
	1. Понятие ценовой политики и ее специфика в сфере гостиничной индустрии. Ценовая политика, ее принципы. Этапы разработки стратегии ценообразования. Выбор методов ценообразования. Стратегии ценообразования.	1	1
	2. Определение и реализация ценовой стратегии гостиничного предприятия. Системы ценовых стратегий, их группировка.	1	2
Внеаудиторная самостоятельная работа			
1. Работа с конспектом лекций.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		2	
1.1 Ценообразование в гостиничном маркетинге.			
Тема 5.3 Сбытовая стратегия и политика гостиничных предприятий	Содержание учебного материала	4	
	1. Сущность и основные элементы сбыта. Сбыт, канал сбыта. Формы сбыта. Критерии выбора канала сбыта.	1	2
	2. Система продвижения каналов распределения гостиничных услуг. Продвижение, ее цель. Распределение. Виды сбыта. Каналы сбыта гостиничных услуг.	1	1
	3. Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия. Сбытовая стратегия. Место сбытовой стратегии в корпоративной стратегии предприятия. Этап и подэтапы плана разработки сбытовой стратегии предприятия.	1	2

	4. Применение электронного маркетинга и электронной коммерции в системе распределения и продвижения гостиничного предприятия. Интернет маркетинг, системы онлайн бронирования	1	1
	Контрольная работа		
	1. № 4: в форме тестирования «Сбытовая стратегия и политика гостиничных предприятий»	1	
Внеаудиторная самостоятельная работа			
1. Работа с конспектом лекций.			
2. Составление таблицы.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 Сбытовая стратегия и политика гостиничных предприятий. (2)			
2.1 Терминология сбытовой политики. (2)			
2.2 Стратегии в составе корпоративной стратегии предприятия. (4)			
2.3 Характеристика систем доступа гостиниц в международные системы бронирования. (6)			
Тема 5.4			
Продвижение гостиничных продуктов и услуг.	1. Маркетинговые коммуникации: основные понятия. Продвижение: понятие и цели. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Основные и дополнительные инструменты продвижения и их характеристика	1	2
	2. Реклама, как инструмент продвижения гостиничного предприятия. Сущность рекламы. Виды рекламы. Средства распространения рекламы и их характеристика.	1	1
	3. Формирование содержания рекламных материалов. Характеристика основных видов печатных рекламных материалов. Содержание рекламных материалов: форма, стиль, структура. Творческая составляющая создания печатных рекламных материалов.	1	1
	4. Оценка эффективности рекламы гостиничных услуг. Коммуникативная эффективность и методы ее оценки. Экономическая эффективность.		2
	5. Технологии прямых продаж, используемые в гостиницах. Понятие «личные продажи». Организация прямых продаж. Карточка потенциальных клиентов.		1
	6. Связи с общественностью, как способ создания имиджа гостиницы. Сущность, функции и инструменты PR. Дифференциация связей с общественностью.	1	2
	7. Технологическая ATL и BTL продвижения гостиничных услуг. История возникновения терминов ATL и BTL, их сущность, инструменты.		2
	8. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Понятие маркетинговых коммуникаций. Коммуникационный процесс и его элементы. ИМК и его преимущества.	1	2
	9. Формирование лояльности потребителей. Сущность лояльности потребителей, ее признаки, разновидности. Порядок формирования программы лояльности и ее инструменты.		2
Лабораторная работа			
1.	№ 1: Поиск ошибок в формулировке вопросов опросной анкеты гостиницы.	2	
2.	№ 2: Разработка и презентация опросной анкеты потребителей гостиничных услуг г. Твери.	4	
3.	№ 3: Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг г. Твери.	2	

4.	№ 4: Анализ конкурентов (на примере гостиничного предприятия г.Твери).	4
5.	№ 5: Разработка основных этапов маркетинговых исследований для гостиничного предприятия г. Твери.	6
6.	№ 6: Разработка содержания и планируемых результатов исследований рыночных возможностей гостиницы.	6
7.	№ 7: Разработка программы маркетинга.	6
8.	№ 8: Выбор наиболее рациональной стратегии для малой гостиницы.	4
9.	№ 9: Определение цены гостиничного номера.	4
10.	№ 10: Выбор ценовой стратегии гостиничного предприятия.	2
Практические занятия		96
1.	№1 Определение задач маркетинга по состоянию спроса.	8
2.	№2 Проведении калькуляции себестоимости гостиничного номера.	8
3.	№3 Мониторинг гостиничных услуг города Твери.	8
4.	№4 Анализ рекламных обращений предприятий гостиничных услуг.	8
5.	№5 Разработка рекламы гостиничного предприятия.	8
6.	№6 Оценка эффективности рекламы.	8
7.	№7 Разработка программы лояльности для гостиничного предприятия.	8
8.	№8 Применение теории Маслоу в индустрии гостеприимства.	8
9.	№9 Выбор и характеристика потребительского сегмента гостиничных услуг.	8
10.	№10 Определение параметров конкурентоспособности гостиничного предприятия.	8
11.	№11 Построение конкурентной карты рынка гостиничных услуг г. Твери.	8
12.	№12 Выбор и характеристика конкурентных преимуществ гостиницы.	8
Повторительно-обобщающее занятие (подготовка к экзамену)		2
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6
Всего		298

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы дисциплины требует наличия учебного кабинета: Администрирование отелей.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- компьютерные места для обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- доска классная.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие для бакалавров/ Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^О», 2017. - 166с.

Дополнительные источники:

1. Бумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум. - М. Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 216 с.

2. Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка: учеб. пособ/ Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. – 2-е изд. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014г. – 336 с.

3. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 316с.

4. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие/ Е.И. Мазилкина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2016 г. – 207 с. – закрытый доступ из сети Интернет.

5. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012г. – 208 с.

Электронные издания:

1. Портал про гостиничный бизнес [Электронный ресурс]: Электрон. информационно-справочный ресурс, интернет журнал. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://prohotel.ru/>
2. Znanium.com [Электронный ресурс]: Электронно-библиотечная система. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://znanium.com/>
3. StudFiles [Электронный ресурс]: Файловый архив для студентов. Все предметы. Все вузы. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://www.studfiles.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i>		
Современные тенденции развития рынков нематериальных товаров.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Фазы жизненного цикла гостиничного продукта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Факторы внешней и внутренней среды.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Порядок сбора первичной и вторичной информации.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Особенности покупательского поведения.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Требования, которым должны соответствовать целевые сегменты.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Сущность процесса управления маркетингом на предприятии индустрии гостеприимства и туризма.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Место и роль цены в комплексе маркетинга.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Основные методы установления цен.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Каналы распределения гостиничного продукта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Особенности использования отдельных средств маркетинговых коммуникаций в индустрии гостеприимства и туризма.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Основные направления проводимых мероприятий по связям с общественностью.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</i>		
Применять маркетинговый инструментарий в условиях глобализации экономики для предприятий сферы услуг.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Описывать сущность каждой из конкурирующих концепций маркетинга.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Правильно оценивать маркетинговые возможности предприятия индустрии гостеприимства и туризма на рынке с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения

Осуществлять правильную выборку для исследования, сбор первичной и вторичной маркетинговой информации.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Проводить кабинетные и полевое исследование на рынке услуг гостеприимства и туризма.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Правильно оценивать конъюнктуру рынка.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Понимать мотивы поведения потребителей индустрии гостеприимства и туризма.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Правильно оценивать возможности предприятия индустрии гостеприимства и туризма на рынке по всему комплексу маркетинга.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Определять эффективность ценовой политики предприятия.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Определять структуру и уровни каналов распределения.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Выявлять факторы, определяющие выбор каналов распределения.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Принимать маркетинговые решения в области рекламы, персональных продаж, стимулирования сбыта.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
81 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 80	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений определяется преподавателем интегральная оценка освоенных обучающимися общих компетенций как результатов освоения учебной дисциплины.