


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГБПОУ МО «СЕРПУХОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по УР

 Залюбовская И.А.
(подпись)

« 26 » 08 2019г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

Федорова Т.В.



(подпись)

« 26 » 08

2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

(название учебной дисциплины/профессионального модуля)

для специальности 43.02.14 Гостиничное дело

на базе основного общего образования

Разработчик Николаева Е.А.

Рассмотрена на заседании предметно-цикловой комиссии по специальности
43.02.14 Гостиничное дело

Протокол № 1 от « 26 » августа 2019 г.

Председатель ПЦК  / С.А.Назарова

Серпухов
2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГБПОУ МО «СЕРПУХОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по УР

_____ Залюбовская И.А.

(подпись)

« ____ » _____ 2019г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

_____ Федорова Т.В.

(подпись)

« ____ » _____ 2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

(название учебной дисциплины/профессионального модуля)

для специальности 43.02.14 Гостиничное дело

на базе основного общего образования

Разработчик Николаева Е.А.

Рассмотрена на заседании предметно-цикловой комиссии по специальности 43.02.14
Гостиничное дело

Протокол № 1 от « 26 » августа 2019 г.

Председатель ПЦК _____ / С.А.Назарова

Серпухов
2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
5. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ДРУГИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ	11

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг является частью основной профессиональной образовательной программой подготовки по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг включена в общепрофессиональный цикл.

1.3 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей,
- определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
- оценивать эффективность сбытовой политики;
- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
- формулировать содержание рекламных материалов;
- собирать и анализировать информацию о ценах.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;
- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и
- позиционировании гостиничного продукта;
- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование,
- систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся осваивает элементы компетенций:

Перечень общих компетенций элементы которых формируются в рамках дисциплины:

Код	Наименование общих компетенций
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 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке
ОК 11.	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере

Перечень профессиональных компетенций элементы которых формируются в рамках дисциплины:

Код	Наименование профессиональных компетенций
ВД 1	Организация и контроль текущей деятельности работников службы приема и размещения
ПК 1.1.	Планировать потребности службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале
ПК 1.2.	Организовывать деятельность работников службы приема и размещения в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 1.3.	Контролировать текущую деятельность работников службы приема и размещения для поддержания требуемого уровня качества
ВД 2	Организация и контроль текущей деятельности работников службы питания
ПК 2.1.	Планировать потребности службы питания в материальных ресурсах и персонале
ПК 2.2.	Организовывать деятельность работников службы питания в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 2.3.	Контролировать текущую деятельность сотрудников службы питания для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.
ВД 3	Организация и контроль текущей деятельности работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда
ПК 3.1.	Планировать потребности службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в материальных ресурсах и персонале
ПК 3.2.	Организовывать деятельность работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 3.3.	Контролировать текущую деятельность работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей
ВД 4	Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж
ПК 4.1.	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале
ПК 4.2.	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 4.3.	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества продажи гостиничного продукта

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	86
Самостоятельная работа	-
Объем программы	76
в том числе:	
теоретическое обучение	48
лабораторные работы	-
практические занятия	28
курсовая работа (проект)	-
контрольная работа	-
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Уровень освоения	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
Раздел 1 Особенности маркетинга гостиничного бизнеса.				
Тема 1.1 Специфика сферы гостиничного бизнеса	Содержание учебного материала	2	4	ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1. - 4.3.
	Понятие и отличительные особенности гостиничного бизнеса			
	Тематика практических занятий		2	
	Практическое занятие №1 Анализ гостиничных пакетов в гостиницах г. Тюмени			
Тема 1.2 Содержание маркетинга в сфере гостиничного бизнеса	Содержание учебного материала	2	4	ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Понятие маркетинга. Структурно – логическая цепочка. Окружающая среда маркетинга в гостиничном бизнесе			
	Тематика практических занятий		2	
	Практическое занятие №2 Анализ маркетинговой среды в сфере гостиничного бизнеса: микросреда и макросреда			
Тема 1.3 Способы удовлетворения клиента качеством предоставляемых услуг	Содержание учебного материала	2	2	ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Понятие гостиничных услуг. Виды услуг. Качество предоставляемых услуг.			
	Тематика практических занятий		2	
	Практическое занятие №3 Выявление основной рекламной терминологии, связанной с индивидуализацией товаров и видами услуг (работа со ст. 1477 четвертой части ГК РФ)			
Тема 1.4 Продвижение товаров и услуг гостиничной индустрии и	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Реклама гостиничной индустрии. Классификация. Связи с общественностью (Public Relations - PR).		4	
	Стимулирование сбыта. Методы и средства стимулирования сбыта, виды, характеристика		2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Уровень освоения	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
туризма	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие №4 Разработка рекламной кампании для предприятия гостиничной сферы. Проведение оценки рекламной кампании с точки зрения ее воздействия на уровень продаж гостиничного продукта		2	
Раздел 2 Маркетинговые исследования в сфере гостиничного бизнеса				
Тема 2. 1 Информационное обеспечение маркетинга	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Информационное обеспечение маркетинга. Классификация информации.		2	
Тема 2. 2 Методы сбора информации	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Методы сбора первичной информации. Этапы.		2	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие №5 Оценка предприятий гостиничной индустрии посредством фокус - группы.		2	
Тема 2. 3 Процесс маркетинговых исследований	Содержание учебного материала			ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Понятие и цель маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг. Процесс маркетинговых исследований. Этапы	3	4	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие №6 Разработка макета многовариативной анкеты, проведение анкетирования. Выявление потребительского спроса		2	
	Практическое занятие №8 Разработка макета анкеты на основе шкалы Стэпела, проведение анкетирования. Выявление потребительского спроса		2	
	Практическое занятие №9 Формирование отчета о маркетинговом исследовании по конкретному предприятию		2	
Тема 2.4	Содержание учебного материала			ОК 02; ОК 03;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Уровень освоения	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
Сегментация рынка гостиничных услуг	Принципы сегментации рынка услуг. Особенности сегментации российского рынка гостиничных услуг.	2	2	ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие №10 Разработка маркетинговых мероприятий по освоению заданного сегмента рынка.		2	
Тема 2.5 Поведение потребителей на рынке гостиничных услуг	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Классификация потребителей рынка гостиничных услуг		4	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 11 Выявление потребностей целевой группы потребителей на гостиничные услуги.		2	
Тема 2.6 Модели поведения потребителей на рынке гостиничной индустрии	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Факторы, влияющие на поведение потребителей: культурные, социальные, личностные, психологические и другие. Модели поведения.		2	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 12 Анализ поведения потребителей гостиничных услуг (решение ситуационных задач)		2	
Тема 2.7 Ценообразование и ценовые стратегии	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	1.Понятие и сущность цены, ценовой политики и стратегия ценообразования. Факторы, влияющие на формирование цен.		4	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 13 Составление структурного анализа ценовых стратегий гостиниц г. Тюмени и предоставляемых ими услуг, в т.ч политику скидок.		2	
Тема 2.8	Содержание учебного материала	3		ОК 02; ОК 03;

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Уровень освоения	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
Жизненный цикл гостиничного продукта	Жизненный цикл гостиничного продукта. Пути развития нового гостиничного продукта. Этапы.		2	ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 14. Оценка жизненного цикла гостиничной услуги (на конкретном примере). Разработка предложений маркетинговых мероприятий на различных этапах жизненного цикла гостиничного продукта		2	
Тема 2.9 Комплекс маркетинга в гостиничной сфере	Содержание учебного материала	3		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	Комплекс маркетинга. Понятие. Составляющие комплекса		4	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 15 Разработка комплекса маркетинга по продажам гостиничного пакета.		2	
Тема 2.10 Каналы распределения товаров и услуг индустрии гостеприимства.	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	1.Роль каналов сбыта. Виды каналов сбыта.		2	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 16 Построение схем каналов распределения гостиничного продукта		2	
Тема 2.11 Критерии выбора каналов распределения товаров и услуг индустрии гостеприимства.	Содержание учебного материала	2		ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК 1.1.- 4.3.
	1.Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов.		4	
	Тематика практических занятий			
	Практическое занятие № 17 Разработка предложений по увеличению эффективности каналов сбыта.		2	
Всего:			86	

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 ПРОГРАММЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация программы предполагает наличие учебного кабинета менеджмента и управления персоналом

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

стол письменный, приставка к столу, стул, парта ученическая, доска интерактивная, проектор, шкаф для документов, трибуна.

3.2. Информационное обеспечение обучения

1. Маркетинг: учебник / под ред. В. П. Федько. - 2-е изд. - М.: Инфра-М; Академ-центр, 2015. - 368 с.

2. Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО и прикладного бакалавриата [Электронный ресурс] /Е. П. Михалева. – М.: Юрайт,2016. – 213 с. - URL: www.biblio-online.ru

Дополнительные источники

5. Николаева, Н.М. Маркетинг услуг: учеб. для студ. учреждений сред.проф. образования [текст]: / Н.М. Николаева, – М.: Издательский центр " Академия", 2011. - 304 с.

6. Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг: Общественное питание: учеб. пособие для студентов общеобразоват. учреждений сред. проф. образования [текст]: / С.Б. Жабина. - 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2011. – 217 с.

7. Мурахтанова, Н.М. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций: учеб. пособие для СПО [текст]: / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. - 6-е изд. стер. - М.: Академия, 2011. – 96 с.

Интернет-ресурсы

8. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г [Электронный ресурс]: // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс

9. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30.12.2001 г N 197-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс

10. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 1 (ГК РФ) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30.11.1994 г N 51-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс

11. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 2 (ГК РФ) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 26.01.1996 г (действующая редакция) N 14-ФЗ // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс

12. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон от 23 ноября 2009 г. N 2300-I (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант

13. О техническом регулировании [Электронный ресурс]: федеральный закон от 28 сентября 2010 г. N 184-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант

14. Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания [электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 15 августа 1997 г. N 1036 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляются в процессе проведения практических занятий, выполнения самостоятельных работ и по результатам промежуточной аттестации.

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знает:		
<ul style="list-style-type: none"> -состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг; -гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования; -особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; -потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; -методы изучения и анализа предпочтений потребителя; -потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения; -последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта; -формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице; -особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; -специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок; -специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта. 	<ul style="list-style-type: none"> -находит и использует необходимую маркетинговую информацию; -использует актуальную нормативно-правовую документацию; -грамотно устно и письменно излагает свои мысли по профессиональной тематике на государственном языке – составление конспектов, решение практических задач. 	Оценка: <ul style="list-style-type: none"> - письменного тестирования; - устных ответов; - заполнения кластера; - заполнения таблиц; - выполнения самостоятельной работы; - контрольной работы; - защиты реферата; - защиты презентаций; - составления конспектов;
Умеет;		
<ul style="list-style-type: none"> -выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; -проводить сегментацию рынка; -разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, 	<ul style="list-style-type: none"> применяет освоенные алгоритмы при выполнении самостоятельных работ; владеет программным материалом; применяет освоенные 	Экспертное наблюдение и оценка результатов практических работ №1-9

<ul style="list-style-type: none"> -определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг; -оценивать эффективность сбытовой политики; -выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность; -формулировать содержание рекламных материалов; -собирать и анализировать информацию о ценах; 	алгоритмы при разборе и решении производственных ситуаций, расчетом цен;проводит сегментацию рынка	
--	--	--

5. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ В ДРУГИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ

Рабочая программа учебной дисциплины ОП. 5 Основы маркетинга гостиничных услуг по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, может быть использована при обучении в программах дополнительного профессионального образования по профессиям: 16675 Агент по закупкам, 12901 Агент по снабжению и повышения квалификации специалистов отрасли гостиничной индустрии.

