

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 20.05.2024 11:57:40  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН  
 М.Л. Белоношко  
«28» 08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: **Маркетинг организаций сферы гостеприимства**

направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 08. 06. 2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины «Маркетинг организаций сферы гостеприимства».

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Л.Н. Белоножко, доцент кафедры МиМУ, к.с.н, доцент



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

### Цели дисциплины:

- состоит в формировании теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управленческой деятельности организаций сферы гостеприимства.

### Основными задачами изучения курса являются:

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ маркетинговой деятельности в сфере гостеприимства.
2. Способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг.
3. Умение анализировать и прогнозировать спрос на гостиничный продукт.
4. Владение методами продвижением гостиничных услуг.
5. Способность использовать современные системные, программные средства и технологии для проектирования Internet-ресурсов с целью повышения их коммуникативной эффективности в сфере гостеприимства.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг организаций сферы гостеприимства» Б1.О.12 относится к дисциплинам обязательной части Блока 1.

Для полного усвоения данной дисциплины, обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Интрапренерство в сфере гостеприимства», «Информационно-коммуникативные технологии в сфере гостеприимства».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

### Знание:

- особенностей маркетинга гостиничных услуг; принципы построения маркетинговой деятельности в гостиничной сфере;
- методологии проведения маркетинговых исследований;
- принципов маркетингового ценообразования;
- технологии сбыта гостиничного продукта;
- способов позиционирования организации и выделения ее конкурентных преимуществ;
- коммуникационной политики организации; принципов и методов Интернет – продвижения.

### Умения:

- проводить анализ и разрабатывать рекомендации по повышению эффективности функционирования организаций;
- выявлять и удовлетворять требования потребителей товара;
- оценивать рыночную ситуацию;
- планировать и реализовывать компании по интернет – продвижению организаций сферы гостеприимства.

### Владение:

- методами маркетинговых исследований;
- навыками формирования и продвижения гостиничного продукта.

Содержание дисциплины «Маркетинг организаций сферы гостеприимства» служит основой для освоения дисциплин: «Интернет-продвижение», «Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства», «Событийный маркетинг».

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4. 3.4.1. Основы маркетинга	<b>Знает:</b> Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в сфере гостеприимства. (3.4.1.)
	ОПК-4. У.4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства изучение рынка, потребителей, конкурентов.	<b>Умеет:</b> Осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара, выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению. (У.4.1)
	ОПК-4. В.4.2. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет.	<b>Владеет:</b> Навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет. (В.4.2.)

### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 час.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/2	34/-	17/-	-	57/-	зачет
	2/3	34/-	17/-	-	57+36/-	экзамен
заочная	2/3	-/8	-/8	-	-/88+4	зачет
	2/4	-/10	-/8	-	-/117+9	экзамен
Итого:		68/18	34/16	x	150/218	x

### 5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.  
**Очная форма обучения (ОФО)**

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Ла б.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Сущность и содержание маркетинга в сфере гостеприимства	10/-	10/-	-	16/-	36/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Дискуссии
									Практическое задание
2	2	Разработка комплекса маркетинга в сфере гостеприимства	10/-	4/-	-	16/-	30/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Презентация
3	3	Организация работы отдела маркетинга и продаж на гостиничных предприятиях	10/-	4/-	-	16/-	30/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Разбор кейса
4	4	Основы сегментации рынка гостиничных услуг	10/-	4/-	-	16/-	30/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Работа в малых группах
									Презентация
5	5	Методологические основы маркетинговых исследований	10/-	4/-	-	16/-	30/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Презентация
6	6	Конкурентоспособность организаций сферы гостеприимства	10/-	4/-	-	16/-	30/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Практическое задание
7	7	Инструменты коммуникационной политики	8/-	4/-	-	18/-	30/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Работа в малых группах
									Практическое задание
8	Зачет					-/-	-/-		Вопросы на зачет
9	Экзамен					36/-	36/-	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Экзаменационные вопросы
Итого:			68/-	34/-	х	150/-	252/-		

**Заочная форма обучения (ЗФО)**

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Ла б.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Сущность и содержание маркетинга в сфере гостеприимства	-2	-2	-	-30	-34	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Дискуссии
									Практическое задание
2	2	Разработка комплекса маркетинга в сфере гостеприимства	-2	-2	-	-30	-34	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Презентация
3	3	Организация работы отдела маркетинга и продаж на гостиничных предприятиях	-2	-2	-	-30	-34	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Разбор кейса
4	4	Основы сегментации рынка гостиничных услуг	-3	-2	-	-30	-35	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Работа в малых группах
									Презентация
5	5	Методологические основы маркетинговых исследований	-3	-2	-	-30	-35	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Презентация
6	6	Конкурентоспособность организаций сферы гостеприимства	-3	-3	-	-30	-36	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Практическое задание
									Практическое задание
7	7	Инструменты коммуникационной политики	-3	-3	-	-25	-31	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Работа в малых группах
									Практическое задание
8	Зачет					-4	-4	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Вопросы на зачет
9	Экзамен					-9	-9	ОПК-1 (3.4.1.) (У.4.1) (В.4.2.)	Экзаменационные вопросы
Итого:			-18	-16	х	-218	-252		

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

### 5.2. Содержание дисциплины

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

#### Раздел 1. «Сущность и содержание маркетинга в сфере гостеприимства».

Определение маркетинга. Основная идея маркетинга. Сравнение традиционного и маркетингового подходов к деятельности предприятия. Маркетинг как система деятельности

на рынке. Функции маркетинга, их структура. Различные концепции маркетинга. Обозначение роли маркетинга на современном этапе развития рыночного хозяйства.

**Раздел 2.** «Разработка комплекса маркетинга в сфере гостеприимства».

Товарная политика. Товар и его роль в маркетинге. Концепция жизненного цикла товара. Формирование товарной политики. Процесс ценообразования. Разработка ценовой политики. Стратегии ценообразования. Сбыт и продвижение. Схема планирования сбыта товаров. Этапы сбытовой политики. Каналы сбыта, их функции, критерии выбора каналов сбыта. Коммерческие посредники, их виды. Оптимизация каналов сбыта. Система сбыта..

**Раздел 3.** «Организация работы отдела маркетинга и продаж на гостиничных предприятиях».

Планирование маркетинга. Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия. Принципы создания служб маркетинга.

**Раздел 4.** «Основы сегментации рынка гостиничных услуг».

Виды и критерии сегментации рынка. Целевой сегмент рынка. Сегментация рынка в индустрии гостеприимства. Основные сегменты гостиничного бизнеса

**Раздел 5.** «Методологические основы маркетинговых исследований».

Основные направления маркетинговых исследований: исследование рынка, исследование потребителей, исследование конкурентов. Маркетинговая среда, микросреда предприятия, макросреда предприятия. Первичная и вторичная информация. Виды маркетинговых исследований: кабинетные исследования, полевые исследования, конъюнктурные исследования, имитационное моделирование. Маркетинговая информационная система

**Раздел 6.** «Конкурентоспособность организаций сферы гостеприимства».

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. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.

**Раздел 7.** «Инструменты коммуникационной политики»

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).

**5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.**

**Лекционные занятия**

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	10/-	-/2	-	Основные понятия и содержание маркетинга гостиничного предприятия
2	2	10/-	-/2		Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение
3	3	10/-	-/2	-	Организация деятельности маркетинговой службы в сфере гостеприимства.
4	4	10/-	-/3	-	Сегментация рынка гостиничных услуг: критерии, признаки.
5	5	10/-	-/3	-	Формы организации и основные направления маркетинговых исследований гостиничного предприятия
6	6	10/-	-/3	-	Управление конкурентоспособностью организации в гостиничном бизнесе
7	7	8/-	-/3	-	Продвижение гостиничных услуг
Итого:		68/-	-/18	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	10/-	-/2	-	Основные понятия и содержание маркетинга гостиничного предприятия
2	2	4/-	-/2	-	Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение
3	3	4/-	-/2	-	Организация деятельности маркетинговой службы в сфере гостеприимства.
4	4	4/-	-/2	-	Сегментация рынка гостиничных услуг: критерии, признаки.
5	5	4/-	-/2		Формы организации и основные направления маркетинговых исследований гостиничного предприятия
6	6	4/-	-/3		Управление конкурентоспособностью организации в гостиничном бизнесе
7	7	4/-	-/3		Продвижение гостиничных услуг
Итого:		34/-	-/16	X	

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер	Объем, час.	Тема
-------	-------	-------------	------

		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	16/-	-34	-	Маркетинговые тенденции развития современной гостиничной индустрии.	Подготовка к дискуссии
2					Основные виды маркетинга. Структура маркетинговой деятельности.	Подготовка практических заданий
3	2	16/-	-34	-	Товар в маркетинговой деятельности. Жизненный цикл товара. Разработка новых товаров. Упаковка товара. Сервисное обслуживание как часть товарной политики предприятия.	Подготовка практических заданий
4					Ценовая политика предприятия. Ценовая стратегия фирмы и ее типы, выработка основных направлений ценовой политики, определение уровня цен, прибыли и рентабельности.	Подготовка презентации
5	3	16/-	-34	-	Отдел маркетинга и продаж в структурной схеме гостиничного предприятия.	Подготовка практических заданий
6					Налаживание системы коммуникации отдела маркетинга и продаж на гостиничных предприятиях. Оценка деятельности отдела маркетинга и продаж.	Разбор кейса
7	4	16/-	-35	-	Понятие целевого рынка. Сегментация рынка.	Подготовка заданий для работы в малых группах
8					Понятие позиционирования товара на выбранном сегменте. Методика позиционирования товара и оценка его эффективности.	Подготовка презентации
9	5	16/-	-35	-	Маркетинговые исследования конкурентов гостиничного предприятия	Подготовка практических заданий
10					Система маркетинговой информации.	Подготовка презентации
11	6	16/-	-36		Факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги.	Подготовка практических заданий
12					Методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства.	Подготовка практических заданий
13	7	18/-	-31		Организация рекламной деятельности на гостиничных предприятиях. Организация Public Relations в	Подготовка заданий для работы в

					гостиничной индустрии.	малых группах
					Оценка эффективности мероприятий Интернет – маркетинга.	Подготовка практических заданий
14	зачет		-/4			Подготовка к зачету
15	экзамен	36/-	-/9			Подготовка к экзамену
Итого:		150/-	-/218	X		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- дискуссия;
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические задания)
- подготовка презентаций.

### **6. Тематика курсовых работ/проектов**

Курсовые работы учебным планом предусмотрены 3/4 семестр

1. Разработка комплекса маркетинга для товара, находящегося в состоянии отсутствия спроса.
2. Разработка комплекса маркетинга для товара, находящегося в состоянии высокого спроса.
3. Разработка комплекса маркетинга для товара, находящегося в состоянии нерегулярного спроса.
4. Разработка комплекса маркетинга для товара, находящегося в состоянии падающего спроса.
5. Разработка плана маркетинга предприятия, реализующего концепцию социально-этичного маркетинга.
6. Разработка маркетинговых стратегий организации.
7. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии интенсивного роста.
8. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии интегрированного роста.
9. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии диверсифицированного роста.
10. Анализ рыночных возможностей продукта.
11. Анализ маркетинговой среды предприятия.
12. Отбор целевых рынков организации.
13. Сегментирование в рамках маркетинговой деятельности организации.
14. Разработка программы позиционирования продукта/организации.

15. Разработка программы маркетингового исследования для решения конкретной проблемы организации.
16. Маркетинговые исследования потребительских рынков.
17. Управление поведением потребителей.
18. Проектирование процесса становления на рынке нового продукта.
19. Разработка марочной стратегии организации.
20. Управление жизненным циклом продукта.
21. Продуктовая политика: разработка нового продукта.
22. Продуктовая политика: управление ассортиментом.
23. Разработка ценовой политики предприятия.
24. Проектирование системы распределения продуктов.
25. Организация личных продаж организации.
26. Создание системы маркетингового контроля в организации.
27. Управление имиджем организации/продукта.
28. PR-деятельность как инструмент маркетинга.
29. Разработка системы управления маркетинговой деятельностью организации.
30. Создание маркетингового комплекса для услуги.
31. Разработка бюджета маркетинга.
32. Использование франчайзинга в современных условиях.
33. Применение мерчандайзинга в рамках сбытовой политики организации.
34. Оценка эффективности рекламной компании.
35. Применение аромаркетинга.
36. Маркетинговая политика в условиях антикризисного менеджмента.
37. Расчет эффективности мероприятий по изучению спроса предприятий.
38. Расчет эффективности мероприятий по совершенствованию товарной политики.
39. Расчет эффективности мероприятий по совершенствованию ценовой политики предприятий.

### **6.1 Методические указания для выполнения курсовых работ**

При подготовке курсовой работы обучающийся может использовать: Методические указания по освоению дисциплины для обучающихся по направлению 43.03.03 Гостиничное дело направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма (квалификация бакалавр), размещенные во внутривузовской системе поддержке учебного процесса Educon.

### **7. Контрольные работы**

При подготовке контрольной работы обучающийся может использовать: Методические указания по освоению дисциплины для обучающихся по направлению 43.03.03 Гостиничное дело направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма (квалификация бакалавр), размещенные во внутривузовской системе поддержке учебного процесса Educon.

## 7.1 Тематика контрольных работ - /3 семестр

1. Основные маркетинговые тенденции развития современной гостиничной индустрии.
2. Особенности маркетинга и экономической деятельности в гостиничном бизнесе.
3. Управление маркетингом и продажами на гостиничных предприятиях.
4. Организация работы отдела маркетинга и продаж на гостиничных предприятиях.
5. Методы и приемы обучения сотрудников отдела маркетинга и продаж.
6. Роль регионального центра продаж в гостиничной индустрии.
7. Оценка деятельности отдела маркетинга и продаж.
8. Различия между внутренним маркетингом и внутренними продажами.
9. Маркетинговые исследования рынка гостиничных услуг.
10. Маркетинговые исследования конкурентов гостиничного предприятия.
11. Анализ маркетинговой среды гостиницы.
12. Маркетинговая информационная система (МИС) в гостиничного предприятия.
13. Современные маркетинговые коммуникации в гостиничном предприятии.
14. Формирование продуктовой политики гостиничного предприятия.
15. Организация служб маркетинга в гостинице.
16. Формирование конкурентных преимуществ гостиницы.
17. Разработка нового гостиничного продукта.
18. Позиционирование гостиничного продукта на рынке.
19. Ситуационный анализ (SWOT-анализ) гостиничного предприятия.
20. Влияние внешних и внутренних факторов ценообразование гостиничного продукта.
21. Международные и национальные системы бронирования как эффективный канал распределения и сбыта гостиничных услуг.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1

**Таблица 8.1**

	<b>Виды контрольных мероприятий</b>	<b>Баллы</b>	<b>№ недели</b>
1	Выступление на занятии	10	1-8
2	Подготовка презентации	10	1-8
3	Решение практических задач	10	1-8
<b>ИТОГО</b> за первую текущую аттестацию		<b>30</b>	
4	Выступление на занятии	10	10-16
5	Решение практических задач	20	10-16
<b>ИТОГО</b> за вторую текущую аттестацию		<b>30</b>	
6	Подготовка презентации Выступление на занятии	10	17-19
7	Подготовка презентации Выступление на занятии Итоговый тест	30	17-19
<b>ИТОГО</b> за третью текущую аттестацию		<b>40</b>	
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>	

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Дискуссия	0-20
2	Защита презентации	0-20
3	Практические задания	0-20
4	Итоговый тест	0-40
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М.

Губкина;

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Microsoft Office Windows

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся выполняют практические задания в рамках изучаемой темы: принимают участие в дискуссии, демонстрируют тематические презентации, участвуют в деловой игре. Также возможен устный и письменный опросы обучающихся по пройденному материалу.

Для эффективной работы обучающиеся должны иметь на практическом занятии конспекты лекций.

#### 11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся заключается в получении заданий (тем) у преподавателя для индивидуального освоения. Преподаватель на занятии дает рекомендации, необходимые для освоения материала, а также список рекомендуемой литературы. Обучающиеся должны понимать содержание выполненной работы (знать определения понятий, уметь разъяснить значение и смысл любого термина, используемого в работе и т.п.).

При подготовке контрольной работы обучающийся может использовать:

Методические указания по освоению дисциплины «Маркетинг организаций сферы гостеприимства» для обучающихся по направлению 43.03.03 Гостиничное дело профиль: Гостиничный бизнес и сервис (квалификация бакалавр), размещенные во внутривузовской системе поддержке учебного процесса Educon.

**Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания**

Дисциплина Маркетинг организаций сферы гостеприимства  
 Код, направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело  
 Направленность (Профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг	<b>Знает:</b> Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в сфере гостеприимства	Не владеет специализированными программами, используемыми в гостиничных комплексах	Частично обладает навыками владения специализированными программами, используемые в гостиничных комплексах	Обладает преимущественно навыками специализированных программ, используемых в гостиничных комплексах	Обладает навыками специализированных программ, используемых в гостиничных комплексах

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Умеет:</b> Осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара, выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению.	Не умеет осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара, выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению.	Умеет мониторинг рынка гостиничных услуг; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара, выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению.	Достаточно умеет осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара, выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению.	В совершенстве умеет осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара, выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению.
	<b>Владеет:</b> Навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет.	Не владеет навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет.	Владеет навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет.	Хорошо владеет навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет	В совершенстве владеет навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет

**КАРТА  
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина Маркетинг организаций сферы гостеприимства  
 Код, направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело  
 Направленность (Профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа:	ЭР*	25	100	ЭБС «IPR BOOKS»
2	Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла: стиль, публицити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2017.-271с.	56	25	100	ЭБС «Лань»
3	Розанова, Татьяна Павловна. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [ / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - Москва : Дашков и К, 2017. - 130с. Тюмень :ТюмГНГУ, 2015. - 156 с.	ЭР*	25	100	ЭБС «Лань»
4	Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/71588.html">http://www.iprbookshop.ru/71588.html</a>	ЭР*	25	100	ЭБС «IPR BOOKS»

Заведующий кафедрой МйМУ  
 « 25 » августа 2020 г.

*М.Л. Белоножко* М.Л. Белоножко

Директор БИК *Д.Х. Каюкова*  
 « 25 » августа 2020 г.

*Солмаевано Дик М.И. Ситникова*