

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Ессентукский центр реабилитации инвалидов и лиц с ограниченными  
возможностями здоровья»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБПОУ «Ессентукский ЦР»  
В. Богжаева  
\_\_\_\_\_ 2022 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы маркетинга гостиничных услуг  
Специальность 43.02.14 Гостиничное дело

г. Ессентуки

2022 г.

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 «Ессентукский центр реабилитации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»

Разработчик: преподаватель О. А. Ковбунова

Рассмотрена на заседании цикловой методической комиссии

специальностей «Право и организация социального обеспечения», «Гостиничное дело»

Председатель цикловой методической

комиссии \_\_\_\_\_ О.А. Ковбунова

протокол № \_\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>13</b>

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»**

## **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 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 в области экономики и управления

## **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Данная учебная дисциплина относится к общепрофессиональному циклу как общепрофессиональная дисциплина в структуре основной профессиональной образовательной программы.

## **1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- использовать ресурсо- и энергосберегающие технологии в профессиональной деятельности;
- использовать системы жизнеобеспечения и оборудование гостиниц и туристских комплексов для обеспечения комфорта приживающих;
- осуществлять контроль выполнения правил и норм охраны труда и требований производственной санитарии и гигиены.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- основные требования к зданиям гостиниц и туристических комплексов;
- архитектурно-планировочные решения и функциональную и функциональную организацию зданий гостиниц и туристических комплексов;
- принципы оформления интерьеров гостиничных зданий;
- требования к инженерно-техническому оборудованию и системам жизнеобеспечения гостиниц и туристических комплексов;
- особенности обеспечения безопасных условий труда в сфере профессиональной деятельности, правовые, нормативные и организационные основы охраны труда в организации.

## **1.4. Результаты освоения учебной дисциплины общепрофессионального цикла:**

Результатом освоения учебной дисциплины общепрофессионального цикла является овладение обучающимися общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Принимать заказ от потребителей и оформлять его.

ПК 1.2. Бронировать и вести документацию.

ПК 1.3. Информировать потребителя о бронировании.

5.2.2. Прием, размещение и выписка гостей.

ПК 2.1. Принимать, регистрировать и размещать гостей.

ПК 2.2. Предоставлять гостю информацию о гостиничных услугах.

ПК 2.3. Принимать участие в заключении договоров об оказании гостиничных услуг.

ПК 2.4. Обеспечивать выполнение договоров об оказании гостиничных услуг.

ПК 2.5. Производить расчеты с гостями, организовывать отъезд и проводы гостей.

ПК 2.6. Координировать процесс ночного аудита и передачи дел по окончании смены.

5.2.3. Организация обслуживания гостей в процессе проживания.

ПК 3.1. Организовывать и контролировать работу обслуживающего и технического персонала хозяйственной службы при предоставлении услуги размещения, дополнительных услуг, уборке номеров и служебных помещений.

ПК 3.2. Организовывать и выполнять работу по предоставлению услуги питания в номерах (room-service).

ПК 3.3. Вести учет оборудования и инвентаря гостиницы.

ПК 3.4. Создавать условия для обеспечения сохранности вещей и ценностей проживающих.

5.2.4. Продажи гостиничного продукта.

ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.

ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.

ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

### **1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 120 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 105 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 15 часов.

## **2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Объем часов</i></b>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	120
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	105
в том числе:	
теоретические занятия	84
практические занятия	21
Итоговая аттестация в форме зачета	4

## 2. 2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

### Требования к зданиям и инженерным системам гостиничного предприятия

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Понятие маркетинга, его виды. Концепции управления маркетингом</b>		33	
<b>Тема 1.1. Понятие маркетинга и его виды</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Ключевые понятия процесса маркетинга. Структура маркетинга. Ключевые понятия маркетинга. Маркетинг средств производства. Маркетинг потребительских товаров. Маркетинг услуг. Макромаркетинг. Микромаркетинг. Территориальный маркетинг. Отрицательный спрос и консервативный маркетинг. Отсутствие спроса и стимулирующий маркетинг. Скрытый спрос и развивающий маркетинг. Нерегулируемый спрос и синхромаркетинг. Падающий спрос и ремаркетинг. Полноценный спрос и поддерживающий маркетинг. Чрезмерный спрос и демаркетинг. Нерациональный спрос и противодействующий маркетинг. Просвещенный маркетинг. Маркетинг отношений. CRM-технологии. Функции маркетинга.	21	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Реферат «Роль спроса в маркетинге»	2	
<b>Тема 1.2. Концепции управления маркетингом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция маркетинга. Концепция социально ответственного маркетинга. Проблемы внедрения маркетинга на российских предприятиях.	5	3
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Реферат «Классификация гостиниц»	2	
<b>Тема 1.3 Организация маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	7	
	Роль службы маркетинга в деятельности предприятия. Четыре направления маркетинга в деятельности предприятия. Организационные структуры службы маркетинга. Функциональная организация маркетинговой службы. Географическая организация маркетинговой службы.		

	Продуктовая (товарная) организация маркетинговой службы.		
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>		
<b>Раздел 2. Маркетинговое информационное обеспечение</b>			
<b>Тема 2.1. Роль и место маркетинговых исследований в деятельности предприятий.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	24	
	Направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования: задачи, цели, значения. Методология маркетинга. Сегментирование рынка. Процесс маркетингового исследования. Общая характеристика этапов проведения маркетинговых исследований. Постановка проблемы и определение. Формулирование гипотезы. Определение типа требуемой информации, источников и методов её сбора. Первичная и вторичная информация. Методы получения вторичной информации. Преимущества вторичной информации. Экспериментальная система получения информации. Исследования в сети интернет. Разработка форм сбора данных. Виды шкал для создания аналитического инструмента. Основные приемы использования закрытых вопросов, предложенные Ф. Котлером. Разработка вопросника. Проектирование выборки и сбор данных. Подготовка отчета о проведении исследования. Организация маркетинговых исследований в современных условиях. Нерешенные проблемы маркетинговых исследований и причины, сдерживающие исследовательскую деятельность.	24	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся</i>	2	
	Работа с учебником и лекциями по вопросу «Направления маркетинговых исследований»		
<b>Раздел 3. Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне</b>		13	
<b>Тема 3.1 Основные подходы к формированию корпоративных стратегий</b>	<b>Содержания учебного материала</b>	13	3

	Стратегия, регламентирующие правила. Модели формирования стратегии. Этапы формирования корпоративных стратегий. Корпоративные стратегии роста. Стратегия «проникновения на рынок». Стратегия «развитие рынка». Стратегия «развитие продукта». Конкуренционные стратегии. Бенчмаркинг. Расширение круга конкурентов. Влияние покупателей, поставщиков материалов. Создание информационной системы организации для обеспечения поддержки маркетинговых стратегических решений. Основные программные продукты.	13	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	1	
	Реферат « Стратегия развития продуктов»		
<b>Раздел 4. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов. Позиционирование.</b>		13	
<b>Тема 4.1 Поведение потребителей подходы к формированию корпоративных стратегий</b>	<b>Содержания учебного материала</b>		
	Факторы, влияющие на покупательское поведение. Принятие потребителем решений о покупке товара. Модели поведения потребителей.	3	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	1	
	Реферат « Использование естественного освещения в гостинице»		
<b>Тема 4.2 Сегментирование рынка</b>	<b>Содержания учебного материала</b>		
	Принципы сегментирования, методы сегментирования, критерии. Позиционирование.	3	
	<b>Практические занятия</b>	1	
	Выбор целевых рынков.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с учебником и лекциями по вопросу «Принципы сегментирования»	1	
<b>Тема 4.3 Товар и товарная политика фирмы</b>	<b>Содержания учебного материала</b>		
	Товар в системе маркетинга. Процесс разработки нового товара. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент. Марочная продукция. Брендинг. Упаковка.	7	

	<b>Практические занятия</b>	1	
	Реферат «Брендинг и упаковка»		
<b>Раздел 5. Продвижение товаров и услуг на рынке</b>		22	
<b>Тема 5.1 Ценообразование и ценовая политика фирмы</b>	<b>Содержания учебного материала</b>	12	
	Задачи, подходы ценообразования. Разработка ценовой политики фирмы. Реклама. Направление рекламной деятельности. Этапы планирования рекламной кампании. Определение цели. Определение и изучение целевой аудитории воздействия рекламы. Разработка бюджета рекламной кампании. Создание рекламного обращения. Выбор средства распространения рекламной информации. Составление медиаплана рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании. Стимуляция сбыта. Паблик рилейшнз.		
	<i><b>Самостоятельная работа обучающихся</b></i>		
	Реферат «Этапы планирования рекламной кампании.»		
<b>Тема 5.2 Распределение товаров. Планирование маркетинга</b>	<b>Содержания учебного материала</b>	10	
	Организационные формы каналов распределения. Функции каналов распределения. Уровни каналов распределения. Вертикальные каналы распределения. Формирование каналов распределения. Прямой маркетинг. Роль и задачи маркетингового планирования. Структура и содержание плана маркетинга.		
	<b>Практические занятия</b>		
	Реферат «Этапы планирования рекламной кампании»		
<b>Итоговая аттестация в форме зачета:</b>		4	
<b>Всего:</b>		105	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины осуществляется:

- учебном кабинете инженерных систем гостиницы и охраны труда;
- правового и документационного обеспечения управления;
- безопасности жизнедеятельности;
- лаборатории информатики и информационно-

коммуникационных технологий.

1. Оборудование учебного кабинета инженерных систем гостиницы и охраны труда:

*Технические средства обучения*, компьютер, комплект компьютерных программ по тематике дисциплины.

*Учебно-наглядные пособия*: плакаты по разделам дисциплины, оборудование отражающее содержание дисциплины, нормативные документы по охране труда.

*Специализированная мебель*: доска аудиторная, стойка-кафедра, стол и стул преподавателя, подставка под ТСО, стол и стулья аудиторные, стойка компьютерная.

2. Кабинет информатики и информационно-коммуникационных технологий:

Рабочие места по количеству обучающихся.

*Перечень средств обучения*:

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет -ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Н.П. Реброва «Основы маркетинга»: учебник., Москва «Юрайт», 2022г

**Дополнительные источники:**

2. И. Ю. Ляпина. Индустриальная база гостиниц и туристических комплексов: учебник для СПО / И. Ю. Ляпина, Т. Л. Игнатьева, С. В. Безрукова. – М.: Академия, 2018 (базовый учебник)

### 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.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
---	--

знания)	
<p><i>Освоенные умения</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать ресурсе- и энергосберегающие технологии в профессиональной деятельности;</li> <li>- использовать системы жизнеобеспечения и оборудование гостиниц и туристских комплексов для обеспечения комфорта проживающих;</li> <li>- осуществлять контроль выполнения правил и норм охраны труда и требований производственной санитарии и гигиены.</li> </ul> <p><i>Усвоенные знания</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные требования к зданиям гостиниц и туристских комплексов;</li> <li>- архитектурно-планировочные решения и функциональную организацию зданий гостиниц и туристских комплексов;</li> <li>- принципы оформления интерьеров гостиничных зданий;</li> <li>- требования к инженерно - техническому оборудованию и системам жизнеобеспечения гостиниц и туристских комплексов;</li> <li>- особенности обеспечения безопасных условий труда в сфере профессиональной деятельности, правовые, нормативные и организационные основы охраны труда на предприятии.</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устного опроса на семинарских занятиях;</li> <li>- наблюдения и оценки практических занятий;</li> <li>- тестирования;</li> <li>- защиты рефератов.</li> </ul> <p>Дифференцированный зачет по дисциплине</p>