

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
технологии и организации
общественного питания
наименование кафедры

Т.Л.Камоза
подпись, инициалы, фамилия
« 19 » июня 20 18 г.
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ
институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
торгового дела и маркетинга
наименование кафедры

Ю.Ю.Суслова
подпись, инициалы, фамилия
« 27 » июня 20 18 г.
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ
институт, реализующий дисциплину

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Дисциплина Б1.В.ОД.14 Маркетинг гостиничного предприятия
индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность 43.03.03 «Гостиничное дело»
код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль) 43.03.03.02.01 «Ресторанное дело»
код и наименование направленности (профиля)

форма обучения очная

год набора 2018

Красноярск 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе _____

43.00.00 Сервис и туризм _____

код и наименование укрупненной группы

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

43.03.03 «Гостиничное дело» _____

43.03.03.02.01 «Ресторанное дело» _____

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили О.Г.Алешина _____



инициалы, фамилия, подпись

1 Цель преподавания дисциплины

1.1 Цель изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование основ знания создания и функционирования системы маркетинга на гостиничном предприятии, и подготовка студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- формирование у студентов основных навыков, которые должен иметь профессионал гостиничного дела для успешной работы по своей специальности;
- получение практических навыков по разработке маркетинговой стратегии гостиничных предприятий, рекламно-информационных материалов;
- приобретение навыков по разработке и организации программы маркетинга в гостиничных предприятиях;
- овладение знаниями в области проведения маркетинговых исследований и применения результатов исследований в практической деятельности;
- приобретение знаний в области оценки результатов деятельности гостиничных предприятий, уровня обслуживания потребителей

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-4 готовностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	
Знать	- показатели эффективности деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения; - показатели уровня обслуживания потребителей; - приемы оптимизации деятельности гостиницы
Уметь	- анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения; - анализировать уровень обслуживания потребителей; - делать соответствующие выводы на основе проведенного анализа
Владеть	- способностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения; - способностью анализировать уровень обслуживания потребителей; - способностью делать соответствующие выводы на основе проведенного анализа
ДПК-4 готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей	
Знать	- требования потребителей; - прикладные методы исследовательской деятельности в области формирования гостиничного продукта;

	- прикладные методы исследовательской деятельности в области продвижения гостиничного продукта
Уметь	-выявлять требования потребителей; - применять прикладные методы исследовательской деятельности в области формирования гостиничного продукта; - применять прикладные методы исследовательской деятельности в области продвижения гостиничного продукта
Владеть	- способностью выявлять требования потребителей; - способностью применять прикладные методы исследовательской деятельности в области формирования гостиничного продукта; - способностью применять прикладные методы исследовательской деятельности в области продвижения гостиничного продукта

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» изучается студентами 3 курса в 5 семестре, является обязательной дисциплиной (Б1.В.ОД.14) вариативной части (Б1.В) в профессиональной подготовке студентов направления подготовке 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль 43.03.03.02.01 «Ресторанная деятельность»

Изучение дисциплины «Маркетинг гостиничного предприятия» базируется на знании предварительных дисциплин, в том числе: «Основы туристской деятельности», «Организация гостиничного дела».

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» нацелена на развитие и взаимодействие с такими дисциплинами, как: «Инновации в гостиничной деятельности», «Реклама в гостиничном бизнесе».

1.5 Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке.

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего зачетных единиц (акад. часов)	Семестр			
		5			
Общая трудоемкость дисциплины	4(144)	4(144)			
Контактная работа с преподавателем:	1,5(54)	1,5(54)			
занятия лекционного типа	0,5(18)	0,5(18)			
занятия семинарского типа					
в том числе: семинары					
практические занятия	1,0(36)	1,0(36)			
Другие виды контактной работы					
Самостоятельная работа обучающихся:	1,5(54)	1,5(54)			
изучение теоретического курса (ТО)	0,22(8)	0,22(8)			
расчетные задачи	0,22(8)	0,22(8)			
подготовка к экзамену	0,22(8)	0,22(8)			
подготовка к практическим занятиям	0,22(8)	0,22(8)			

подготовка и написание курсовой	0,61(22)	0,61(22)			
Вид промежуточного контроля	Экзамен 1,0(36)	Экзамен 1,0(36)			

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа (акад. час.)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или практикумы (акад. час)		
1	Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью гостиничного предприятия	2	4	-	6	ПК-4, ДПК-4
2	Рынок гостиничных услуг и его компоненты	2	4	-	6	ПК-4, ДПК-4
3	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в гостиничном бизнесе	2	4		6	ПК-4, ДПК-4
4	Основные этапы процесса управления маркетингом в гостиничном бизнесе	2	4		6	ПК-4, ДПК-4
5	Гостиничный продукт и формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия	2	4		6	ПК-4, ДПК-4
6	Ценообразование в гостиничном маркетинге	2	4		6	ПК-4, ДПК-4
7	Политика распределения и стратегии сбыта гостиничных предприятий	2	4		6	ПК-4, ДПК-4
8	Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения гостиничных продуктов и услуг	2	4		6	ПК-4, ДПК-4
9	Практика международного маркетинга в гостиничном бизнесе	2	4	-	16	ПК-4, ДПК-4
	всего	18	36	-	54	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновац форме
1	Раздел 1	Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью гостиничного предприятия	2	-
2	Раздел 2	Рынок гостиничных услуг и его компоненты	2	-
3	Раздел 3	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в гостиничном бизнесе	2	-
4	Раздел 4	Основные этапы процесса управления маркетингом в гостиничном бизнесе	2	-
5	Раздел 5	Гостиничный продукт и формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия	2	-
6	Раздел 6	Ценообразование в гостиничном маркетинге	2	-
7	Раздел 7	Политика распределения и стратегии сбыта гостиничных предприятий	2	-
8	Раздел 8	Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения гостиничных продуктов и услуг	2	-
9	Раздел 9	Практика международного маркетинга в гостиничном бизнесе	2	-
	всего		18	-

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в иннов форме
1	Раздел 1	Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью гостиничного предприятия	4	-
2	Раздел 2	Рынок гостиничных услуг и его компоненты	4	-
3	Раздел 3	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в гостиничном бизнесе	4	
4	Раздел 4	Основные этапы процесса управления маркетингом в гостиничном бизнесе	4	
5	Раздел 5	Гостиничный продукт и формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия	4	-
6	Раздел 6	Ценообразование в гостиничном маркетинге	4	
7	Раздел 7	Политика распределения и стратегии сбыта гостиничных предприятий	4	
8	Раздел 8	Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения гостиничных продуктов и услуг	4	
9	Раздел 9	Практика международного маркетинга в гостиничном бизнесе	4	
	всего		36	-

3.4 Лабораторные занятия
Учебным планом не предусмотрено.

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009967-5

2. Маркетинг в туризме: Учебник / Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г.; Под ред. Богданова Е.И. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010337-2

3. Розанова, Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : Практикум / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 132 с. - ISBN 978-5-394-01081-1.

4. Маркетинг услуг / Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 252 с.: ISBN 978-5-394-02723-9

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточной формой контроля по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» является экзамен, который проводится в устной форме по билетам. Оценочными средствами для текущего и промежуточного контроля по дисциплине являются:

вопросы к экзамену
расчетные задачи
курсовая работа.

Оценочные средства и критерии их оценивания приведены в Фонде оценочных средств в приложении (в виде ФОС) к рабочей программе

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная учебная литература:

1 Герасименко В.В. Маркетинг [Текст]: учебник / Под ред. В.В. Герасименко. – 3-е изд. – М.: Проспект, 2016. – 512 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=672940>

2. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов высших учебных заведений : пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е

изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ - ДАНА, 2012. - 1071 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834>

3. Маркетинг гостиничного предприятия [Текст] : учебное пособие / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. - Москва : "Дашков и К", 2016. - 204 с.

б) Дополнительная учебная литература

1. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум [Текст] / Л. В. Баумгартен. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. - 216 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=502143>

2. Наумов В.Н. Маркетинг [Текст]: учебник / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 320 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505620#>

3. Басовский Л.Е. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 294 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=448306>

4. Синяева И.М. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 384 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=427176#>

5. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум [Текст] / Л. В. Баумгартен. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. - 216 с.

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд СФУ и библиотек-партнеров. – Красноярск, [2006]. – Режим доступа <http://bik.sfu-kras.ru/>

2. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]: база данных содержит коллекцию книг, журналов и ВКР. – Санкт-Петербург, [2011]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

3. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- изучение теоретического курса;
- решение задачи;
- подготовку к экзамену;
- подготовку к выполнению практических занятий;

- подготовку и написание курсовой работы.

Порядок выполнения самостоятельной работы студентом

Самостоятельная работа, как правило, имеет творческий характер и выполняется на третьем уровне развития самостоятельной познавательной деятельности. В процессе обучения самостоятельная работа носит характер практической деятельности с учебной литературой и компьютерными базами данных. Обучающиеся должны уметь составлять схемы, таблицы по тексту лекций и учебной литературе, готовить реферат по заданной теме, составлять письменный конспект главы или раздела.

Некоторые вопросы дисциплины вынесены на самостоятельное изучение, их необходимо законспектировать или подготовить реферат.

Инструкции по овладению навыками самостоятельной учебной работы

1. Работа с конспектом лекций.

Работа с конспектом лекций по курсу «Маркетинг гостиничного предприятия» заключается в том, что студент, после рассмотрения каждого раздела дисциплины, в период между очередными лекционными занятиями, изучает материал конспекта. Непонятные положения конспекта необходимо выяснить у преподавателя на консультациях по курсу, которые предусмотрены учебным планом.

2. Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, эскизы рисунков, другая дополнительная информация.

При изучении нового материала составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале. Максимально точно записываются формулы, определения, схемы, трудные для заполнения места.

3. Подготовка к практическим занятиям

Программа курса предусматривает выполнение практических работ. Подготовка к практическим занятиям заключается в работе с конспектом лекций по данной теме, в изучении соответствующего раздела учебника или учебного пособия, в просмотре дополнительной литературы. Практическая работа выполняется в аудитории. Работа с выполненной практической работы подготавливается, заполняется студентом самостоятельно.

Также подготовка к практическим занятиям включает в себя работу над рефератом.

В начале семестра преподаватель выдает темы рефератов. При подготовке доклада необходимо использовать основную и дополнительную литературу. Студент должен подготовить материал и доложить его на практическом занятии, в реферате раскрывается выбранная тема, по

возможности приводится пример. При подготовке реферата студент может обращаться к преподавателю за разъяснением непонятого материала. Соответственно оформленный отчет должен быть сдан преподавателю.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен учиться работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям.

Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой учебной и научно-технической литературы.

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории.

Предусмотрены следующие виды контроля:

- устный опрос;
- письменные работы;
- контроль с помощью технических средств и информационных систем.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный

Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный

Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц сертификат EAV-0189835462;

Kaspersky Endpoint Security Лиц сертификат 2462170522081649547546

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

1. Информационно-аналитическая система «Статистика» [Электронный ресурс]: база данных содержит актуальную статистическую информацию для бизнес-планирования, определения вида деятельности и анализа конкурентной среды. – Красноярск, [2007]. – Режим доступа: <http://ias-stat.ru>

2. Электронно-библиотечная система elibrary [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о научных публикациях на русском языке. – Москва, [2000]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Справочная правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: база данных содержит правовую информацию. – Москва, [1997]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/online>

10 Материально-техническая база, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, № 6-20 ул. Лиды Прушинской, зд.2	Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный, переносной проектор BenG MP 620, акустическая система P-AUDIO, ноутбук кафедры которая читает лекции
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 5-12 кабинет стратегического планирования и маркетинговых исследований ул. Лиды Прушинской, зд.2	Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, потолочное крепление для проектора Wize WPA-S, проектор Optoma DS211, компьютер в сборе Apek Buro, информационные стенды: маркетинговые исследования, схема технологии поиска конкурентных преимуществ, основы маркетинга, стратегии позиционирования товара на рынке.
Учебная аудитория для самостоятельной работы: № 6-21 кабинет информатики ул. Лиды Прушинской, зд.2	Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300в сборе – 13 шт.,

<p>Читальный зал отдела обслуживания по торгово - экономическим наукам научной библиотеки библиотечно - издательского комплекса Сибирского федерального университета № 3-05 ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>концентратор Ascorp Специализированная мебель; Рабочеемсто (Intel)Системный блок Intel Celeron D-326J 2.5, Монитор 19 Samsung 9430N Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе; Компьютер в сборе ROSCOM AMD - 10 шт.; Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе; Проектор Optoma DS211; Экран настенно- потолочный Lumen LMP 100109. Точка доступа D-Link DWL-7100 AP 802.11 b/g; Сканер - 2 шт.</p>
---	---