

**Автономная некоммерческая  
профессиональная образовательная организация  
«Владимирский техникум экономики и права Владкоопсоюза»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОПЦ.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

для специальности  
**43.02.14 Гостиничное дело**

г. Владимир

Рабочая программа учебной дисциплины ОПЦ.02 Основы маркетинга гостиничных услуг по специальности 43.02.14 Гостиничное дело разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Владимирский техникум экономики и права Владкоопсоюза»

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОПЦ.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

### 1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **ОПЦ.02 Основы маркетинга гостиничных услуг** является частью образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

### 1.2 Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

Учебная дисциплина ОПЦ.02 Основы маркетинга гостиничных услуг входит в профессиональный цикл.

### 1.3.Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	планировать и прогнозировать продажи.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.	способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы

		<p>персонала гостиницы по продажам;          виды отчетности по продажам;          нормативные документы,          регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот          службы бронирования и продаж;          перечень ресурсов необходимых для          работы службы бронирования и продаж,          требования к их формированию;          методику проведения тренингов для          персонала занятого продажами          гостиничного продукта.</p>
ПК 4.3.	<p>оценивать эффективность работы          службы бронирования и продаж;          определять эффективность          мероприятий по стимулированию          сбыта гостиничного продукта;          разрабатывать и предоставлять          предложения по повышению          эффективности сбыта гостиничного          продукта.</p>	<p>критерии и методы оценки эффективности          работы сотрудников и службы          бронирования и продаж;          виды отчетности по продажам.</p>
ОК 01	<p>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 своих          действий (самостоятельно или с          помощью наставника).</p>	<p>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.</p>
ОК 02	<p>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.</p>	<p>номенклатура информационных          источников применяемых в          профессиональной деятельности; приемы          структурирования информации; формат          оформления результатов поиска          информации.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность          нормативно-правовой документации          в профессиональной деятельности;          выстраивать траектории          профессионального и личностного</p>	<p>содержание актуальной нормативно-          правовой документации; современная          научная и профессиональная          терминология; возможные траектории          профессионального развития и</p>

	развития	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 высказывания 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 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; правила чтения текстов профессиональной направленности
ОК11	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

Код компетенции                      Формулировка компетенции

ОК 01            Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам

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 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе общечеловеческих ценностей.

ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

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

ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале

ПК 4.2. Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы

ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей

### **1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:**

**Объем образовательной программы 108 часов,**  
в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающихся 88 часов;
- консультации 2 часа
- промежуточная аттестация 18 часов.

### **1.5. Основные образовательные технологии**

При реализации рабочей программы используются следующие технологии:

информационно-коммуникационные технологии, технологии разноуровневого обучения, проблемного обучения, технология развития критического мышления.

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

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы</b>	<b>108</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка</b>	<b>88</b>
в том числе:	
практические занятия	34
консультации	2
Промежуточная аттестация в форме экзамена	18

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **ОПЦ.02 Основы маркетинга гостиничных услуг**

##### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

– техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

##### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

###### **3.2.1 Основные источники (печатные издания):**

Гражданский кодекс Российской Федерации

Налоговый кодекс Российской Федерации

Трудовой кодекс Российской Федерации

Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум/Л.В.Баумгартен - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.

###### **3.2.2 Интернет источники (электронные издания)**

1. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]

2. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>

3. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>

4. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>

###### **3.2.3. Дополнительные источники**

Маркетинг: учебник / под ред. В.П. Федько. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М: Академ-центр, 2017. – 368 с.

### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется в процессе проведения текущего контроля успеваемости, осуществляемого в форме устного опроса по контрольным вопросам соответствующих тем, тестирования, проверки и оценки выполнения практических заданий, индивидуальных заданий, выполнения проектов, а

также в ходе проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по завершению изучения учебной дисциплины.

Для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации разработаны контрольно-оценочные средства (КОС), которые позволяют оценить результаты обучения.

Результаты обучения	Формы и Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>	Устный, письменный опрос Тестирование Дифференцированный зачет
Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию.	
Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты	
Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	
Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.	
Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг.	
Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка.	
Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта.	
Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия	
Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.	
Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.	
Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта.	
Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.	
Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	
Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.	
Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	

<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>	Экспертная оценка практических работ
Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства.	
Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды;	
Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг.	
Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга.	
Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления.	
Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	
Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов.	
Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.).	
Разработать программу рекламной компании гостиничного предприятия.	
Решать проблему выбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности».	
Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	
Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии.	
Демонстрировать навыки составления анкет.	
Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	