

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 15:46:18
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

по выполнению практических работ

по дисциплине

«МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Направление подготовки
Направленность (профиль)

43.03.03 Гостиничное дело
Гостиничная деятельность

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск
2022

Методические указания предназначены для практических работ по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» студентов направления подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело. Направленность (профиль): «Гостиничная деятельность». Квалификация выпускника – бакалавр.

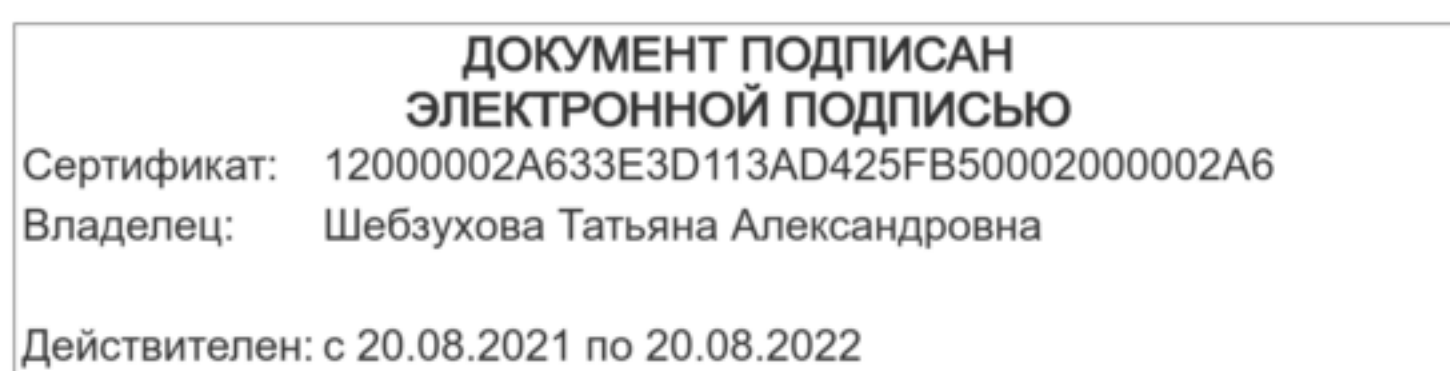
Методические указания содержат необходимый теоретический материал по изучаемой теме, задания для выполнения работы, список рекомендуемой литературы.

Методические указания по выполнению практических работ рассмотрены и утверждены на заседании кафедры туризма и гостиничного дела

Протокол № ____ от « ____ » _____ 2022 г.

Заведующий кафедрой
туризма и гостиничного дела

И.В. Огаркова



Введение

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» осваивается студентами в течение 108 часов. Часть этого времени (27 часов) отводится на самостоятельную, или внеаудиторную, работу студентов, другая часть (54 часа) – это аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно само практическое занятие (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Практическое занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических заданий, направленных на формирование навыков работы в коллективе. К каждому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Если слушатель не подготовился к занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре ТиГД.

При подготовке к занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане практических занятий специальную литературу;
- рекомендованную в плане практических занятий дополнительную литературу;
- Интернет-источники.

Формируемые компетенции:

Код	Формулировка:
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели	УК-2 И-1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
действующих правовых
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

норм, имеющих ресурсы и ограничений	
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4 И-2 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий ОПК-4 И-3 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет
ПК-4 Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта	ПК-4 И-2 Организует продвижение услуг организаций индустрии гостеприимства
ПК-12 Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПК-12 И-2 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Практическое занятие 1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостиничной деятельности

Цель: Ознакомить с понятием маркетинг, категориями маркетинга, с развитием маркетинга в условиях рыночной экономики.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг в индустрии гостеприимства.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 2. Концепция маркетинга в гостиничной деятельности

Цель: Изучить концепции маркетинга в гостиничной деятельности.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовый маркетинг.
2. Целевой маркетинг.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 3. Основные направления маркетинговых исследований в гостиничной деятельности

Цель: Изучить основные направления маркетинговых исследований.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Первый источник информации.
2. Вторичный источник информации.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 4. Маркетинговые исследования конкурентов

Цель: Изучить маркетинговые исследования конкурентов в гостиничной индустрии.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Методика маркетинговых исследований.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 5. Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг

Цель: Изучить маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Модели поведения покупателей.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 6. Сегментация как средство выбора наиболее

перспектив развития рынка	
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН	
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Вопросы для обсуждения:	
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

1. Позиционирование гостиничного продукта.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 7. Основные понятия маркетинговых стратегий

Цель: Изучить маркетинговые стратегии в индустрии гостеприимства.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация маркетинговых стратегий.

2. Разработка стратегии маркетинга в отелях.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 8. Ценовая политика гостиничного предприятия

Цель: Изучить ценовые стратегии.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Установление цен на новый продукт.

2. Ценообразование в рамках продуктовой номенклатуры.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 9. Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия

Цель: Изучить основные понятия сбыта.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Каналы сбыта.

2. Этапы формирования сбытовой политики гостиничного предприятия.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 10. Коммуникационная политика предприятия

Цель: Изучить коммуникационную политику гостиницы.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинговая коммуникация.

2. Проблемы, стратегии и методы маркетинговой коммуникации.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 11. Контроль маркетинга гостиничного предприятия

Цель: Изучить формы контроля маркетинга.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

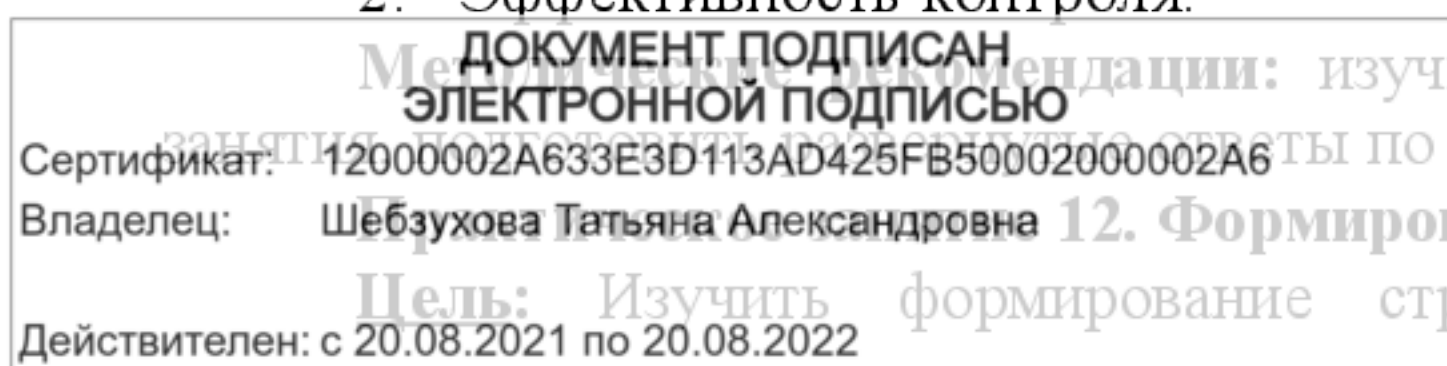
1. Контроллинг в гостиничном предприятии.

2. Эффективность контроля.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 12. Формирование маркетинговой стратегии

Цель: Изучить формирование стратегического маркетинга в гостиничном



предприятию.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегическое управление и маркетинг.
2. Стратегическое планирование.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 13. Маркетинговая среда гостиничного предприятия

Цель: Изучить маркетинговую среду гостиничного предприятия.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Внутренняя среда гостиничного предприятия.
2. Внутренняя среда гостиничного предприятия.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 14. Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта

Цель: Изучить мероприятия по продвижению гостиничных услуг

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Электронный маркетинг.
2. Этапы продвижения маркетинга услуг.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 15. Маркетинговые технологии в индустрии гостеприимства

Цель: Изучить маркетинговые технологии в индустрии гостеприимства.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии маркетинга в гостиничной индустрии.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 16. Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии

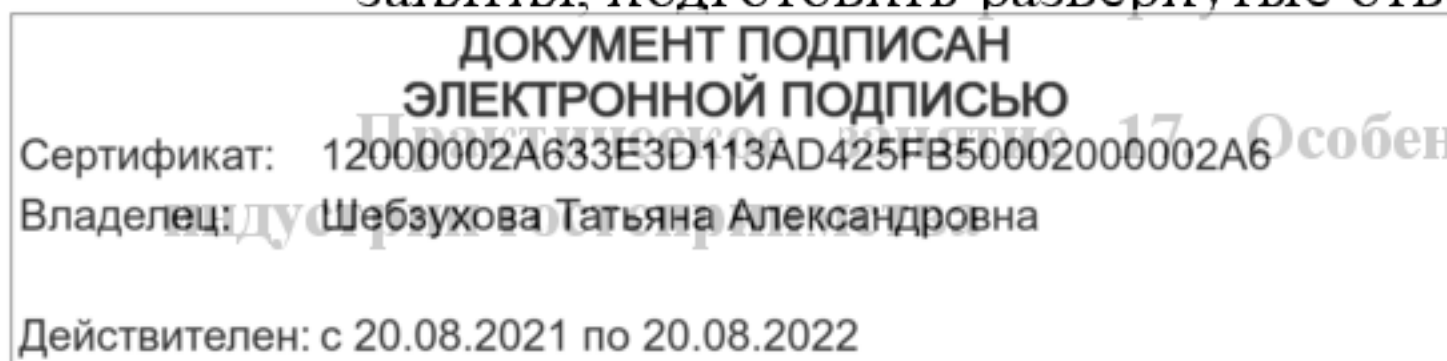
Цель: Изучить этапы формирования коммуникационной политики в гостиничной индустрии.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Правовое регулирование коммуникационной деятельности в гостиничной деятельности.
2. Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне. планирование и организация рекламной кампании в гостеприимстве.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.



Практическое занятие 17. Особенности маркетинга отдельных сегментов

Цель: Изучить особенности маркетинга отдельных сегментов гостиничной индустрии.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование отношений с клиентами в гостиничной индустрии.
2. Особенности маркетинга гостиничных предприятий.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

Практическое занятие 18. Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства

Цель: Изучить интерактивный маркетинг в гостиничной индустрии.

Организационная форма занятия: беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы, определяющие покупательское поведение.
2. Модель покупательского поведения.
3. Психология потребителя в маркетинге услуг: процесс принятия решения о покупке.

Методические рекомендации: изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

3. Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, С.В. Корнеевец, И.И. Драгилева. - Электрон. текстовые данные. - М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 205 с. - 978-5-394-02545-7. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75217.html> ЭБС

Дополнительная литература:

1. Европейский гостиничный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.- М.: Финансы и статистика, 2014.- 224 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18801>.- ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Л.В. Семенова [и др.].- Электрон. текстовые данные.- Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.- 85 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44183>.- ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Учебно-методическая литература

1. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия / Marketing of hotel business» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия / Marketing of hotel business» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.nstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;

5. <http://antiplagiat.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания
по выполнению самостоятельной работы
по дисциплине
«МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Направление подготовки
Направленность (профиль)

43.03.03 Гостиничное дело
Гостиничная деятельность

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск
2022

Введение

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» осваивается студентами в течение 108 часов. Часть этого времени (54 часа) отводится на аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем. Часть установленных стандартом часов (27 часов) отводятся для самостоятельной, или внеаудиторной.

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий. Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;
- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в рамках научного дискурса.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области маркетинга в международном туризме.

Для достижения высоких результатов усвоения учебного материала по курсу «Маркетинг гостиничного предприятия» бакалаврам необходимо осознанно подходить к выполнению заданий для самостоятельной работы, внимательно ознакомиться с рекомендованной основной и дополнительной литературой.

Бакалаврам необходимо помнить, что целью самостоятельных занятий по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» является обобщение и систематизация теоретических знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

В ходе подготовки к занятиям бакалаврам следует учиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Маркетинг гостиничного предприятия».

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к практическим занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на практических занятиях.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на практических занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Формируемые компетенции:

Код	Формулировка:
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 И-1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4 И-2 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий ОПК-4 И-3 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет
ПК-4 Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта	ПК-4 И-2 Организует продвижение услуг организаций индустрии гостеприимства
ПК-12 Способен применять методы прикладных исследований	ПК-12 И-2 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства

избранное
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

2. План-график выполнения самостоятельной работы студента

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические	Лабораторные	Групповые	
5 семестр							
Раздел 1. Маркетинг предприятий гостиничной индустрии							
1	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостиничной деятельности	УК-2 И-1 ОПК-4 И-2 ПК-12 И-2 ПК-4 И-2 ОПК-4 И-3	1,5	1,5	-	-	1,5
2	Концепция маркетинга в гостиничной деятельности		1,5	1,5	-	-	1,5
3	Основные направления маркетинговых исследований в гостиничной деятельности		1,5	1,5	-	-	1,5
4	Маркетинговые исследования конкурентов		1,5	1,5	-	-	1,5
5	Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг		1,5	1,5	-	-	1,5
6	Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка		1,5	1,5	-	-	1,5
Раздел 2. Маркетинговые стратегии в гостиничном бизнесе							
7	Особенности маркетинговых стратегий	УК-2 И-1 ОПК-4 И-2	1,5	1,5	-	-	1,5

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

8	Ценовая политика гостиничного предприятия	ПК-12 И-2 ПК-4 И-2 ОПК-4 И-3	1,5	1,5	-	-	1,5
9	Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия		1,5	1,5	-	-	1,5
10	Коммуникационная политика предприятия		1,5	1,5	-	-	1,5
11	Контроль маркетинга гостиничного предприятия		1,5	1,5	-	-	1,5
Раздел 3.Организация и контроль маркетинга гостиничного предприятия							
12	Формирование маркетинговой стратегии	УК-2 И-1 ОПК-4 И-2 ПК-12 И-2 ПК-4 И-2 ОПК-4 И-3	1,5	1,5	-	-	1,5
13	Маркетинговая среда гостиничного предприятия		1,5	1,5	-	-	1,5
14	Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта		1,5	1,5	-	-	1,5
15	Маркетинговые технологии индустрии гостеприимства		1,5	1,5	-	-	1,5
16	Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии		1,5	1,5	-	-	1,5
17	Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии гостеприимства		1,5	1,5	-	-	1,5
18	Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства		1,5	1,5	-	-	1,5
Итого за 5 семестр			27	27	-	-	27
Итого			27	27	-	-	27

Технологическая карта самостоятельной работы обучающихся

Коды реализуемых компетенций,	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
УК-2 И-1 ОПК-4 И-2 ПК-12 И-2 ПК-4 И-2 ОПК-4 И-3	5 семестр				
	Самостоятельное изучение литературы по темам № 1-18	Собеседование	12,3	1,4	13,7
	Подготовка к практическим занятиям по темам № 1-18	Собеседование	12	1,3	13,3
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ					
Итого за 5 семестр			24,3	2,7	27
Итого			24,3	2,7	27

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

3. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

Рейтинговая оценка знаний студента (в случаях, предусмотренных нормативными актами СКФУ).

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
5 семестр			
1	Защита практических работ 1-6	6 неделя	15
2	Защита практических работ 7-12	12 неделя	15
3	Защита практических работ 13-18	17 неделя	25
	Итого за 5 семестр		55
	Итого:		55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация в форме **экзамена** предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры и оценивается 40 баллами из 100. Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от **20** до **40** ($20 \leq S_{\text{экз}} \leq 40$), оценка **меньше 20** баллов считается неудовлетворительной.

Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

Итоговая оценка по дисциплине, изучаемой в одном семестре, определяется по сумме баллов, полученных за работу в течение семестра, и баллов, полученных при сдаче экзамена.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Итого: **рейтинговый балл по дисциплине**
в оценку по 5-балльной системе

<i>Рейтинговый балл по дисциплине</i>	<i>Оценка по 5-балльной системе</i>
88 – 100	<i>Отлично</i>
72 – 87	<i>Хорошо</i>
53 – 71	<i>Удовлетворительно</i>
< 53	<i>Неудовлетворительно</i>

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

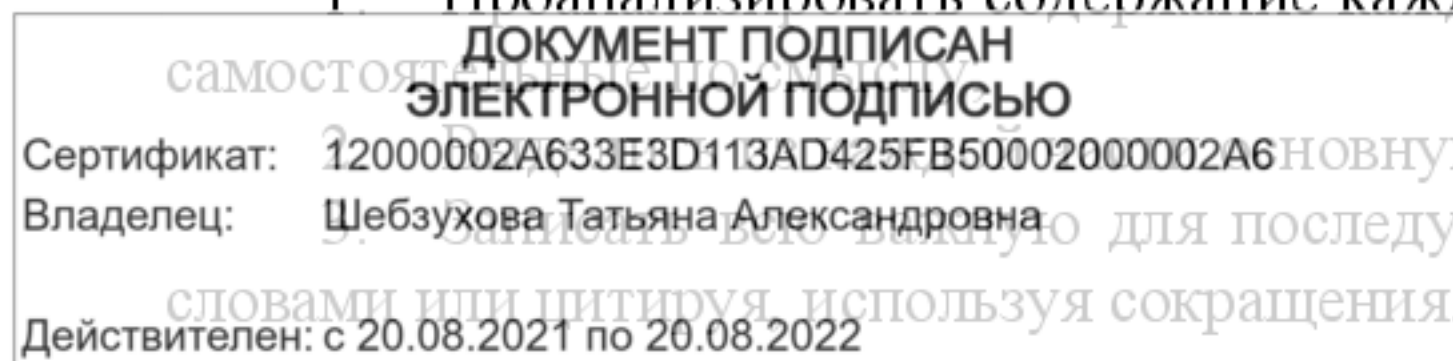
Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно



2. Выделить основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю выделенную информацию своими

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

Текстуальный состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

Плановый – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

Свободный конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

Тематический конспект – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Оформление конспекта

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.

2. План текста.

3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.

4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.

5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

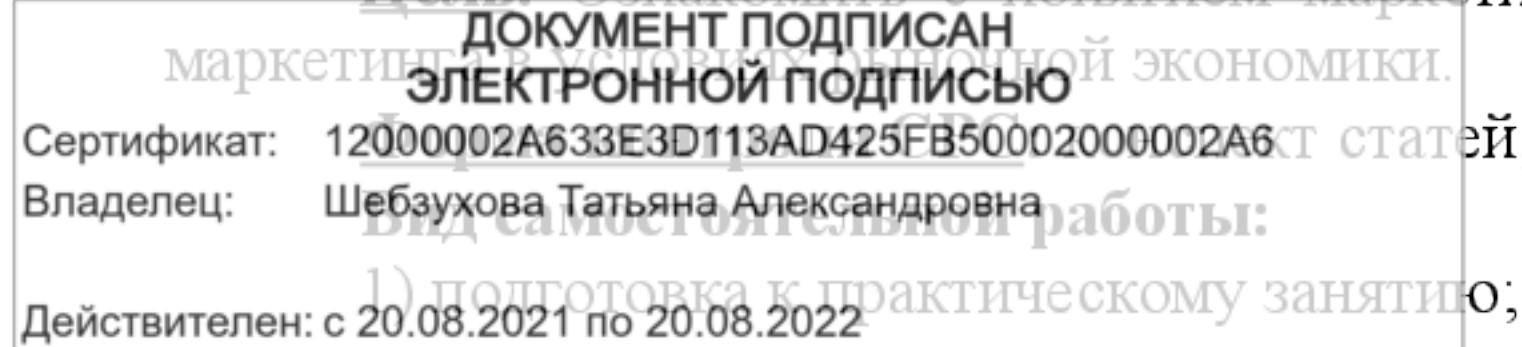
7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

Методические рекомендации к самостоятельному изучению тем № 1-18

Тема 1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостиничной деятельности

Цель: Ознакомить с понятием маркетинг, категориями маркетинга, с развитием



2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Цели гостиничного маркетинга.
2. Функции маркетинга гостиничных услуг.

Тема 2. Концепция маркетинга в гостиничной деятельности

Цель: Изучить концепции маркетинга в гостиничной деятельности.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Классификация маркетинговых концепций.
2. Корпоративная концепция компании Асоог.

Тема 3. Основные направления маркетинговых исследований в гостиничной деятельности

Цель: Изучить основные направления маркетинговых исследований.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Компоненты рынка гостиничных услуг.
2. Виды маркетинговой информации.

Тема 4. Маркетинговые исследования конкурентов

Цель: Изучить маркетинговые исследования конкурентов в гостиничной индустрии.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. SWOT-анализ.
2. PEST –анализ.

Тема 5. Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг

Цель: Изучить маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

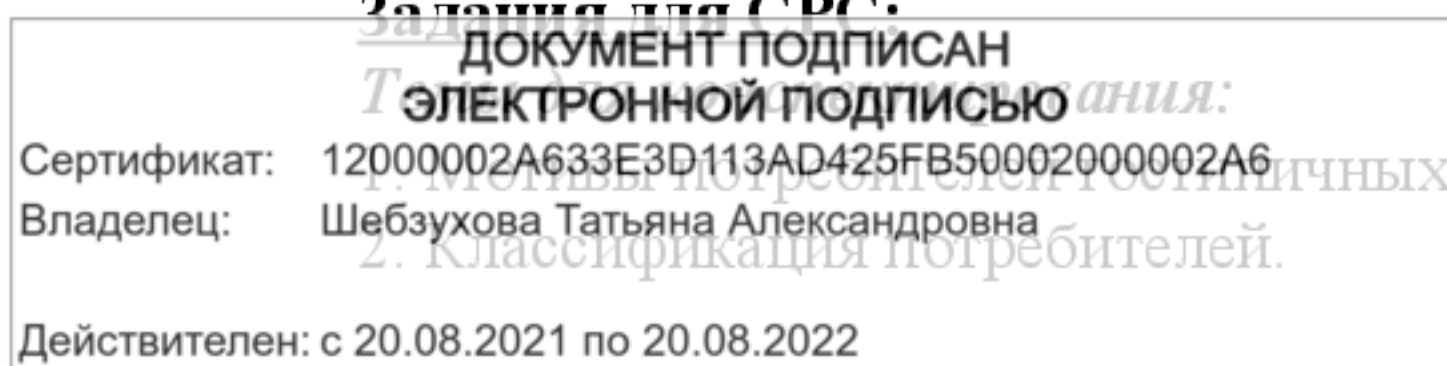
Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Методы исследования потребителей гостиничных услуг.
2. Классификация потребителей.



Тема 6. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка

Цель: Изучить сегментацию рынка услуг.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Отношение предпринимателей к правовым нормам.
2. Корпоративная этика и принятия решений.
3. Критерии определения субъектов малого предпринимательства.

Тема 7. Основные понятия маркетинговых стратегий

Цель: Изучить маркетинговые стратегии в индустрии гостеприимства.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Процесс сегментирования рынка.
2. Этапы процесса сегментирования рынка.

Тема 8. Ценовая политика гостиничного предприятия

Цель: Изучить ценовые стратегии.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Функции цены.
2. Методы ценообразования.

Тема 9. Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия

Цель: Изучить основные понятия сбыта.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Задачи сбытовой политики гостиничного предприятия.
2. Сбытовая система гостиничного предприятия.

Тема 10. Коммуникационная политика предприятия

Цель: Изучить коммуникационную политику гостиницы.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

- Вид самостоятельной работы:**
- 1) подготовка к практическому занятию;
 - 2) конспектирование материалов.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Сущность маркетинговых коммуникаций.
2. Инструменты коммуникационных коммуникаций.

Тема 11. Контроль маркетинга гостиничного предприятия

Цель: Изучить формы контроля маркетинга.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Сущность, цели и задачи маркетингового контроля.
2. Организация маркетингового контроля.

Тема 12. Формирование маркетинговой стратегии

Цель: Изучить формирование стратегического маркетинга в гостиничном предприятии.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Группы маркетинговых стратегий.
2. Портфельные стратегии.

Тема 13. Маркетинговая среда гостиничного предприятия

Цель: Изучить маркетинговую среду гостиничного предприятия.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Анализ внутренней среды гостиничного предприятия.
2. Корпоративная культура.

Тема 14. Маркетинговые мероприятия по продвижению гостиничного продукта

Цель: Изучить мероприятия по продвижению гостиничных услуг

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Маркетинговые мероприятия в гостиничном бизнесе.

2. Маркетинговые мероприятия на международном экономическом форуме (ПМЭФ).

Тема 15. Маркетинговые технологии в индустрии гостеприимства

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Цель: Изучить маркетинговые технологии в индустрии гостеприимства.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Вирусный маркетинг.
2. Партизанский маркетинг в гостиничном бизнесе.

Тема 16. Формирование коммуникационной политики в гостиничной индустрии

Цель: Изучить этапы формирования коммуникационной политики в гостиничной индустрии.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Реклама в индустрии гостеприимства.
2. Сайт гостиничного предприятия.

Тема 17. Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии гостеприимства

Цель: Изучить особенности маркетинга отдельных сегментов гостиничной индустрии.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Объект сегментации.
2. Перепозиционирование гостиничного продукта.

Тема 18. Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства

Цель: Изучить интерактивный маркетинг в гостиничной индустрии.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Инновационный маркетинг в гостиничной индустрии.
2. Формирование интерактивного маркетинга в сфере услуг.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН		дисциплины)
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ		
Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6	теоретического курса предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные, практические занятия, Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна	

промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Источниками для самостоятельного изучения теоретического курса выступают:

- учебники по предмету;
- курсы лекций по предмету;
- учебные пособия по отдельным темам (например, по правилам оказания первой медицинской помощи);
- научные статьи в периодической печати и рекомендованных сборниках;
- научные монографии.

Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, подготовке к экзамену.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к практическим занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке научных работ целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную ту литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно такой литературы формирует представление о состоянии и развитии того или иного вопроса.

В-третьих, поиску необходимой литературы существенно помогут различного рода библиографические указатели и пособия. В библиографическом отделе библиотеке можно воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-библиографов.

Самостоятельное выполнение заданий

Задания для самостоятельной работы преимущественно содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины (методических указаниях к практическим занятиям и методических рекомендациях по организации самостоятельной работы студентов). Кроме того, задания и упражнения могут предлагаться преподавателем кафедры, ведущим практические занятия. На лекциях преподаватели также дают задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий, согласуя их с преподавателем.

Сдача задания производится преподавателю, ведущему практические занятия, в установленные им сроки.

Виды самостоятельной работы: самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к конспектированию литературы следует начинать с повторения материала лекции по соответствующей теме, а потом переходить к изучению материала учебника, руководствуясь вопросами к собеседованию.

Конспектирование материала способствует закреплению и углублению понимания изученного материала, а также приобретению навыков самостоятельного изучения литературы.

Итогом самостоятельной работы: конспект.

Средством контроля качества: собеседование.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

6. Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, С.В. Корнеевец, И.И. Драгилева. - Электрон. текстовые данные. - М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 205 с. - 978-5-394-02545-7. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75217.html> ЭБС

Дополнительная литература:

1. Европейский гостиничный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.- М.: Финансы и статистика, 2014.- 224 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18801>.- ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Л.В. Семенова [и др.].- Электрон. текстовые данные.- Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.- 85 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44183>.- ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Учебно-методическая литература

3. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
4. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг гостиничного предприятия» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022