|  |  |
| --- | --- |
| C:\Users\Сотрудник\Documents\менеджмент качества\логотип55.jpg | Министерство общего и профессионального образования Ростовской области |
| Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Ростовской области «Новочеркасский колледжпромышленных технологий и управления» |
| Стандарт организации |
| **СМК СТО НКПТиУ**  **РП \_\_ -\_\_ 18** | Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины ОП 02. «Основы маркетинга гостиничных услуг»  п |

Рег.№ \_\_ Экз.№ \_\_

|  |  |
| --- | --- |
|  | «УТВЕРЖДАЮ»  Зам. директора по УР  \_\_\_\_\_\_\_ С.И.Токин  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_2018 г. |

АДАПТИРОВАННАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Специальность СПО 43.02.14 Гостиничное дело

|  |  |
| --- | --- |
| ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг | Версия № 1 |
| РП | Введено с «\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_2018г. |
|  | Рекомендована к применению в учебном процессе методическим советом НКПТиУ |

2018 г.

|  |  |
| --- | --- |
| C:\Users\Сотрудник\Documents\менеджмент качества\логотип55.jpg | Министерство общего и профессионального образования Ростовской области |
| Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Ростовской области «Новочеркасский колледжпромышленных технологий и управления» |
| Стандарт организации |
| **СМК СТО НКПТиУ**  **РП \_\_ -\_\_ 18** | Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины ОП 02. «Основы маркетинга гостиничных услуг»  п |

|  |  |
| --- | --- |
| Одобрено на заседании цикловой комиссии  ПРОТОКОЛ №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  От «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2018г.  Председатель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |

Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.14 Гостиничное дело (утверждён Приказом Министерства образования и науки РФ от 09.12.2016г. №1552) с учетом Методических рекомендаций по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования (Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015 № 06-443).

Организация-разработчик:

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Ростовской области «Новочеркасский колледж промышленных технологий и управления»

Разработчик:

Чеботарева Т.А. методист государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Ростовской области «Новочеркасский колледж промышленных технологий и управления»

Войнова Л.С. - методист государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Ростовской области «Новочеркасский колледж промышленных технологий и управления»

Рецензенты:

Карпова Т.Г. методист государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Ростовской области «Новочеркасский колледж промышленных технологий и управления»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АДАПТИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **4** |
| 1. **СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **7** |
| 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ** | **13** |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | **15** |
| 1. **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ДРУГИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ** | **16** |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АДАПТИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

***1.1.Область применения адаптированной рабочей программы***

Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг является частью основной профессиональной образовательной программой подготовки по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Программа учебной дисциплины разработана с учетом особенностей организации образовательного процесса и психолого-педагогического сопровождения обучающихся инклюзивных групп, включающих инвалидов   
и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – лиц с ОВЗ).

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

Учебная дисциплина ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг включена в общепрофессиональный цикл.

***1.3 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:***

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

1. выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
2. проводить сегментацию рынка;
3. разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей,
4. определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
5. оценивать эффективность сбытовой политики;
6. выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
7. формулировать содержание рекламных материалов;
8. собирать и анализировать информацию о ценах.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

1. состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
2. гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;
3. особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
4. потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
5. методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
6. потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
7. последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
8. формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
9. особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
10. специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;
11. специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся осваивает элементы компетенций:

Перечень общих компетенций элементы которых формируются в рамках дисциплины:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование общих компетенций** |
| 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 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 |

Перечень профессиональных компетенций элементы которых формируются в рамках дисциплины:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование профессиональных компетенций** |
| **ВД 1** | **Организация и контроль текущей деятельности работников службы приема и размещения** |
| ПК 1.1. | Планировать потребности службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале |
| ПК 1.2. | Организовывать деятельность работников службы приема и размещения в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы |
| ПК 1.3. | Контролировать текущую деятельность работников службы приема и размещения для поддержания требуемого уровня качества |
| **ВД 2** | **Организация и контроль текущей деятельности работников службы питания** |
| ПК 2.1. | Планировать потребности службы питания в материальных ресурсах и персонале |
| ПК 2.2. | Организовывать деятельность работников службы питания в соответствии с  текущими планами и стандартами гостиницы |
| ПК 2.3. | Контролировать текущую деятельность сотрудников службы питания для  поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей. |
| **ВД 3** | **Организация и контроль текущей деятельности работников службы**  **обслуживания и эксплуатации номерного фонда** |
| ПК 3.1. | Планировать потребности службы обслуживания и эксплуатации номерного  фонда в материальных ресурсах и персонале |
| ПК 3.2. | Организовывать деятельность работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы |
| ПК 3.3. | Контролировать текущую деятельность работниковслужбы обслуживания  и эксплуатации номерного фонда для поддержания требуемого уровня качества  обслуживания гостей |
| **ВД 4** | **Организация и контроль текущей деятельностиработников службы бронирования и продаж** |
| ПК 4.1. | Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале |
| ПК 4.2. | Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы |
| ПК 4.3. | Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества продажи гостиничного продукта |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем** | 64 |
| **Самостоятельная работа** | 20 |
| **Объем программы** | 84 |
| в том числе: | |
| теоретическое обучение | 32 |
| лабораторные работы | - |
| практические занятия | 32 |
| курсовая работа (проект) | - |
| контрольная работа | - |
| **Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачёта** | |

***2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Уровень освоения** | **Объем часов** | **Примечание  (для обучающихся  с ОВЗ и инвалидов)** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| 1 | 2 | | 3 | 4 | 5 |
| **Раздел 1 Особенности маркетинга гостиничного бизнеса.** | | | **20** |  |  |
| **Тема 1.1**  **Специфика сферы гостиничного бизнеса** | **Содержание учебного материала** | 2 | **2** |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК10;ОК 11;  ПК 1.1.- 4.3. |
| Понятие и отличительные особенности гостиничного бизнеса |  |  |
| **Тематика практических занятий** | | **2** |  |
| **Практическое занятие №1** Анализ гостиничных пакетов в гостиницах | |  |  |
| **Тема 1.2 Содержание маркетинга в сфере гостиничного бизнеса** | **Содержание учебного материала** | 2 | **2** |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11; ПК 1.1.- 4.3. |
| Понятие маркетинга. Структурно – логическая цепочка. Окружающая среда маркетинга в гостиничном бизнесе |  | С использованием дистанционных технологий обучения |
| **Тематика практических занятий** | | **2** |  |
| **Практическое занятие №2**Анализ маркетинговой среды в сфере гостиничного бизнеса: микросреда и макросреда | |  |  |
| **Тема 1.3**  **Способы удовлетворения клиента качеством предоставляемых услуг** | **Содержание учебного материала** | 2 | **2** |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| Понятие гостиничных услуг. Виды услуг.Качество предоставляемых услуг. |  |  |
| **Тематика практических занятий** | | **2** |  |
| **Практическое занятие №3**Выявление основной рекламной терминологии, связанной с индивидуализацией товаров и видами услуг (работа со ст. 1477 четвертой части ГК РФ) | |  |  |
| **Тема1.4**  **Продвижение товаров и услуг гостиничной индустрии и туризма** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11; ПК 1.1.- 4.3. |
| Реклама гостиничной индустрии.Классификация. Связи с общественностью (PuplicRelations - PR). | **2** |  |
| Стимулирование сбыта.Методы и средства стимулирования сбыта, виды, характеристика | **2** |  |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №4**Разработка рекламной кампании для предприятия гостиничной сферы. Проведение оценки рекламной кампании с точки зрения ее воздействия на уровень продаж гостиничного продукта | |  |  |
| **2** |  |
| **Практическое занятие №5**Разработка рекомендаций по увеличению эффективности продвижения гостиничных услуг | | **2** |  |
|  | **Самостоятельная работа обучающихся** | | **4** |  |
| **Самостоятельная работа №1.** Подготовить презентацию на тему: «История возникновения маркетинга. Этапы развития маркетинга в России». | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа №2.** Подготовить презентацию на тему: «Маркетинговая среда в сфере гостиничного бизнеса: микросреда и макросреда». | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа №3.** Подготовить доклад на тему: «Формирование спроса на гостиничный продукт». | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа №4.** Подготовить презентацию на тему: «Характеристика средств, формирующих спрос на гостиничные услуги, их преимущества и недостатки». | | 2 |  |
| **Раздел 2. Маркетинговые исследования в сфере гостиничного бизнеса** | | | **44** |  |  |
| **Тема 2. 1**  **Информационное обеспечение маркетинга** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| Информационное обеспечение маркетинга. Классификация информации. | **2** | С использованием дистанционных технологий обучения |
| **Тема 2. 2**  **Методы сбора информации** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11; ПК 1.1.- 4.3. |
| Методы сбора первичной информации. Этапы. | **2** |  |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №5**Оценка предприятий гостиничной индустрии посредством фокус-группы. | | **2** |  |
| **Тема 2. 3**  **Процесс маркетинговых исследований** | **Содержание учебного материала** | |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| Понятие и цель маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг. Процесс маркетинговых исследований. Этапы | **3** | **2** | С использованием дистанционных технологий обучения |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие№6**Разработка макета многовариативной анкеты, проведение анкетирования. Выявление потребительского спроса | |  |  |
| **2** |  |
| **Практическое занятие№7**Разработка макета анкеты на основе шкалы Лайкерта, проведение анкетирования. Выявление потребительского спроса | |  |  |
| **2** |  |
| **Практическое занятие№8**Разработка макета анкеты на основе шкалы Стэпела, проведение анкетирования. Выявление потребительского спроса | |  |  |
| **2** |  |
| **Практическое занятие№9**Формирование отчета о маркетинговом исследовании по конкретному предприятию | |  |  |
| **2** |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | |  |  |
| **Самостоятельная работа № 5.** Подготовить презентацию на тему: Методы сбора первичной информации. | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа № 6.** Подготовить реферат на тему «Маркетинговые исследования в сфере гостиничного бизнеса». | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа № 7.** Составить опорный конспект на тему «Процесс маркетинговых исследований». | | 2 |  |
| **Тема 2.4**  **Сегментация рынка гостиничных услуг** | **Содержание учебного материала** | |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| Принципы сегментации рынка услуг. Особенности сегментации российского рынка гостиничных услуг. | 2 | 2 |  |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие№10** Разработка маркетинговых мероприятий по освоению заданного сегмента рынка. | | 2 |  |
| **Тема 2.5**  **Поведение потребителей на рынке гостиничных услуг** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11; ПК 1.1.- 4.3. |
| Классификация потребителей рынка гостиничных услуг | 2 | С использованием дистанционных технологий обучения |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие№11**Выявление потребностей целевой группы потребителей на гостиничные услуги. | | 2 |  |
| **Тема 2.6**  **Модели поведения потребителей на рынке гостиничной индустрии** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11; ПК 1.1.- 4.3. |
| Факторы, влияющие на поведение потребителей: культурные, социальные, личностные, психологические и другие. Модели поведения. | 2 |  |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №12**Анализ поведения потребителей гостиничных услуг (решение ситуационных задач) | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | |  |  |
| **Самостоятельная работа № 8.**Подготовить тест на тему: «Сегментирование сбыта». | | 2 |  |
| **Тема 2.7**  **Ценообразование и ценовые стратегии** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  |
| 1.Понятие и сущность цены, ценовой политики и стратегия ценообразования. Факторы, влияющие на формирование цен. | 2 |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №13**Составление структурного анализа ценовых стратегий гостиниц и предоставляемых ими услуг, в т.ч политику скидок. | | 2 |  |
| **Тема 2.8**  **Жизненный цикл гостиничного продукта** | **Содержание учебного материала** | **3** |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| Жизненный цикл гостиничного продукта. Пути развития нового гостиничного продукта. Этапы. | 2 | С использованием дистанционных технологий обучения |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №14.** Оценка жизненного цикла гостиничной услуги (на конкретном примере). Разработка предложений маркетинговых мероприятий на различных этапах жизненного цикла гостиничного продукта | | 2 |  |
| **Тема 2.9**  **Комплекс маркетинга в гостиничной сфере** | **Содержание учебного материала** | **3** |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| Комплекс маркетинга. Понятие. Составляющие комплекса | 2 |  |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №15** Разработка комплекса маркетинга по продажам гостиничного пакета. | | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | |  |  |
| **Самостоятельная работа № 9.**Подготовить презентацию на тему «Ценообразование и ценовые стратегии». | | 2 |  |
| **Тема 2.10**  **Каналы распределения товаров и услуг индустрии гостеприимства.** | **Содержание учебного материала** | 2 |  |  | ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 09; ОК 10;ОК 11;ПК 1.1.- 4.3. |
| 1.Роль каналов сбыта. Виды каналов сбыта.  2. Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов. | 2  2 | С использованием дистанционных технологий обучения |
| **Тематика практических занятий** | |  |  |
| **Практическое занятие №16**  Построение схем каналов распределения гостиничного продукта  **Практическое занятие № 17** Разработка предложений по увеличению эффективности каналов сбыта. | | **2**  **2** |  |
| **Самостоятельная работа №10.** Подготовить тест по теме: «Каналы распределения товаров и услуг индустрии гостеприимства». | | **2** |
| **Всего:** | | | **84** |  |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)

3.-продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

***3.1 Материально-техническое обеспечение***

Реализация программы предполагает наличие учебного кабинета менеджмента и управления персоналом

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

стол письменный, приставка к столу, стул, парта ученическая, доска интерактивная, проектор, шкаф для документов, трибуна.

Оборудование кабинета для инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

* Оборудование для видеоконференцсвязи (сервер, видеокамера, аккустич.системы)
* Мобильный компьютерный класс из нотбуков HP
* Вебкамера
* Документ-камера
* Интерактивный комплекс (интерактивная доска IQ Board PS S100, короткофокусный проектор Benq MX806ST, ноутбук Aser ASPIRE E5-521G-88VM
* Компьютер (моноблок) AIO A22 21.5" Intel Pentium CPU G3220 с предустановленной операционной системой, пакетом офисных приложений в комплекте
* Интерактивная трибуна
* Информационный терминал со встроенной информационной индукционной петлей с сенсорным экраном
* Стол с микролифтом для лиц с нарушением ОДА

Оборудование кабинета для инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушениями зрения:

* Дисплей Брайля
* Машина сканирующая и читающая текст
* Программа экранного доступа с речью и поддержкой Брайля
* Электронный ручной увеличитель
* Портативный видеоувеличитель
* Оборудование для видеоконференцсвязи (сервер, видеокамера, аккустич.системы - 4 шт.)
* Мобильный компьютерный класс из 12 нотбуков HP
* Вебкамера
* Документ-камера

Оборудование кабинета для инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушениями слуха:

* Автоматизированное рабочее место ученика с нарушением слуха
* Стационарная информационная индукционная система для слабослышащих

***3.2. Информационное обеспечение обучения***

1.Маркетинг: учебник / под ред. В. П. Федько. - 2-е изд. - М.: Инфра-М; Академ-центр, 2015. - 368 с.

2. Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО и прикладного бакалавриата [Электронный ресурс] /Е. П. Михалева. – М.: Юрайт,2016. – 213 с. - URL: www.biblio-online.ru

***Дополнительные источники***

5. Николаева, Н.М. Маркетинг услуг: учеб. для студ. учрежденийсред.проф.образования[текст]: / Н.М. Николаева, – М.:Издательский центр " Академия", 2011. - 304 с.

6. Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг: Общественное питание: учеб.пособие для студентов общеобразоват. учреждений сред. проф. образования[текст]: / С.Б. Жабина. - 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2011. – 217 с.

7. Мурахтанова, Н.М. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций: учеб.пособие для СПО[текст]: / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. - 6-е изд. стер. - М.: Академия, 2011. – 96с.

***Интернет-ресурсы***

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г [Электронный ресурс]: // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
2. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30.12.2001 г N 197-ФЗ(действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
3. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 1 (ГК РФ) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30.11.1994 г N 51-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 2 (ГК РФ) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 26.01.1996 г (действующая редакция) N 14-ФЗ // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
5. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон от 23 ноября 2009 г. N 2300-I (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант
6. О техническом регулировании [Электронный ресурс]: федеральный закон от 28 сентября 2010 г. N 184-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант
7. Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания [электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 15 августа 1997 г. N 1036 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант

**4. Контроль и оценка результатов освоения Дисциплины**

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляются в процессе проведения практических занятий, выполнения самостоятельных работ и по результатам промежуточной аттестации.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом нозологии. Эти формы и процедуры рекомендуется доводить до сведения обучающихся не позднее первых двух месяцев от начала обучения.

Возможно установление образовательной организацией индивидуальных графиков прохождения промежуточной аттестации обучающимися с инвалидностью и ОВЗ.

Форма промежуточной аттестации для обучающихся с инвалидностью и ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

При необходимости рекомендуется предусмотреть для лиц с инвалидностью и ОВЗ увеличение времени на подготовку к зачетам и экзаменам, а также предоставлять дополнительное время для подготовки ответа на зачете/экзамене

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и ОВЗ промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела дисциплины, междисциплинарного курса, практики и её разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Формы и методы оценки** |
| **Знает:** | | |
| -состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;  -гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;  -особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;  -потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;  -методы изучения и анализа предпочтений потребителя;  -потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;  -последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и  -позиционировании гостиничного продукта;  -формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;  -особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;  -специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование,  систему скидок и надбавок;  -специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта. | -находит и использует необходимую маркетинговую информацию;  использует актуальную нормативно-правовую документацию;  грамотно устно и письменно излагает свои мысли по профессиональной тематике на государственном языке – составление конспектов, решение практических задач. | Оценка в форме:  - письменного тестирования;  - устных ответов;  - заполнения кластера;  - заполнения таблиц;  - выполнения самостоятельной работы;  - контрольной работы;  - защиты реферата;  - защиты презентаций;  - составления конспектов;  . |
| **Умеет**; | | |
| -выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;  -проводить сегментацию рынка;  -разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей,  -определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;  -оценивать эффективность сбытовой политики;  -выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;  -формулировать содержание рекламных материалов;  -собирать и анализировать информацию о ценах; | применяет освоенные алгоритмы при выполнении самостоятельных работ;  владеет программным материалом;  применяет освоенные алгоритмы при разборе и решении производственных ситуаций, расчетом цен; проводит сегментацию рынка | Экспертное наблюдение и оценка результатов практических работ №1-9 |

1. **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ В ДРУГИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ**

Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины ОП. 5 Основы маркетинга гостиничных услуг по специальности 43.02.14 Гостиничное дело*,* может быть использована при обучении в программах дополнительного профессионального образования по профессиям: 16675 Агент по закупкам, 12901 Агент по снабжению и повышения квалификации специалистов отрасли гостиничной индустрии.