

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры
«Туризм и индустрия гостеприимства»
«27» января 2022 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой



И.Ю. Пономарева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Маркетинг в гостеприимстве»

основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата
по направлению подготовки
43.03.03 Гостиничное дело
с направленностью (профилем)
Гостиничная деятельность

Формы обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 430303-01-22

Тула 2022 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик:

Королев А.В., доцент каф. ТИГ, к.т.н, доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Маркетинг в гостеприимстве» является формирование профессионального мышления по маркетингу, расширение профессионализма, углубление знаний по решению управленческих задач по управлению предприятиями гостеприимства

Задачами изучения дисциплины являются:

- получение представления о содержании маркетинга в гостеприимстве, роли и месте элементов маркетинга в производственной системе;
- изучение методов принятия концепций маркетинга и выбор наиболее рациональные способов их применения, использование эффективных форм участия персонала в управлении маркетингом;
- изучение основных принципов рекламной компании и уметь использовать их в практической деятельности;
- изучение техники личного труда и умение эффективно осуществлять основные функции по маркетингу.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина (модуль) изучается во 8 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- 1) осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов (код компетенции – ОПК-4, код индикатора – ОПК-4.1);

Уметь:

- 1) осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий (код компетенции – ОПК-4, код индикатора – ОПК-4.2);

Владеть:

- 1) Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет (код компетенции – ОПК-4, код индикатора – ОПК-4.3).

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

| Номер семестра | Формы промежуточной аттестации | Общий объем в зачетных единицах | Общий объем в академических часах | Объем контактной работы в академических часах | | | | | | Объем самостоятельной работы в академических часах |
|------------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------------|---------------------|----------------------------------|--------------|--------------------------|--|
| | | | | Лекционные занятия | Практические (семинарские) занятия | Лабораторные работы | Клинические практические занятия | Консультации | Промежуточная аттестация | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| 7 | ДЗ, КР | 3 | 108 | 28 | 28 | - | - | 1 | 0,5 | 50,5 |
| Итого | ДЗ, КР | 3 | 108 | 28 | 28 | - | - | 1 | 0,5 | 50,5 |
| Заочная форма обучения | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| 7 | ДЗ, КР | 3 | 108 | 2 | 12 | - | - | 1 | 0,5 | 92,5 |
| Итого | ДЗ, КР | 3 | 108 | 2 | 12 | - | - | 1 | 0,5 | 92,5 |

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

| № п/п | Темы лекционных занятий |
|------------------|--|
| 7 семестр | |
| 1 | Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостеприимстве |
| 2 | Концепции маркетинга в гостеприимстве |
| 3 | Содержание и направление маркетинговых исследований |
| 4 | Исследование среды маркетинга предприятия гостеприимства |
| 5 | Маркетинговые исследования рынка |
| 6 | Сегментация рынка |
| 7 | Формирование маркетинговой стратегии |
| 8 | Маркетинговая продуктовая стратегия |
| 9 | Маркетинговая ценовая стратегия предприятия гостеприимства |
| 10 | Маркетинговая сбытовая стратегия предприятия гостеприимства |
| 11 | Личные продажи |
| 12 | Стимулирование сбыта |
| 13 | Фирменный стиль предприятия гостеприимства |
| 14 | Организация и контроль маркетинга предприятия гостеприимства |

Заочная форма обучения

| № п/п | Темы лекционных занятий |
|------------------|--|
| 7 семестр | |
| 1 | Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостеприимстве |

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

| № п/п | Темы практических (семинарских) занятий |
|------------------|---|
| 7 семестр | |
| 1 | Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостеприимстве |
| 2 | Концепции маркетинга в гостеприимстве |
| 3 | Содержание и направление маркетинговых исследований Исследование среды маркетинга предприятия гостеприимства |
| 4 | Маркетинговые исследования рынка гостеприимства |
| 5 | Маркетинговые исследования продукта |
| 6 | Маркетинговые исследования конкурентов |
| 7 | Маркетинговые исследования потребителей |
| 8 | Сегментация рынка гостеприимства |
| 9 | Формирование маркетинговой стратегии Маркетинговая продуктовая стратегия |
| 10 | Маркетинговая ценовая стратегия предприятия гостеприимства |
| 11 | Маркетинговая сбытовая стратегия предприятия гостеприимства |
| 12 | Личные продажи Стимулирование сбыта |
| 13 | Фирменный стиль предприятия гостеприимства |
| 14 | Организация и контроль маркетинга предприятия гостеприимства |

Заочная форма обучения

| № п/п | Темы практических (семинарских) занятий |
|------------------|--|
| 7 семестр | |
| 1 | Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в гостеприимстве |
| 2 | Концепции маркетинга в гостеприимстве |
| 3 | Маркетинговые исследования рынка гостеприимства |
| 4 | Маркетинговая стратегия предприятия гостеприимства |
| 5 | Фирменный стиль предприятия гостеприимства |
| 6 | Организация и контроль маркетинга предприятия гостеприимства |

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения

| № п/п | Виды и формы самостоятельной работы |
|------------------|--|
| 7 семестр | |
| 1 | Выполнение курсовой работы |
| 2 | Подготовка к практическим занятиям |
| 3 | Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение |

Заочная форма обучения

| № п/п | Виды и формы самостоятельной работы |
|------------------|---|
| 7 семестр | |
| 1 | Выполнение курсовой работы |
| 2 | Подготовка к практическим занятиям |
| 3 | Самостоятельное изучение тем, не вынесенных на лекционные занятия |
| 4 | Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение |

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

| Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося | | | Максимальное количество баллов |
|--|--------------------------|---|--------------------------------|
| 7 семестр | | | |
| Текущий контроль успеваемости | Первый рубежный контроль | Оцениваемая учебная деятельность обучающегося: | |
| | | Посещение лекционных занятий | 14 |
| | | Работа на практических занятиях | 14 |
| | | Контрольная работа | 2 |
| | | Итого | 30 |
| | Второй рубежный контроль | Оцениваемая учебная деятельность обучающегося: | |
| | | Посещение лекционных занятий | 14 |
| | | Работа на практических занятиях | 14 |
| | | Контрольная работа | 2 |
| | | Итого | 30 |
| Промежуточная аттестация | Дифференцированный зачет | | 40 (100*) |
| | Защита курсовой работы | | 100 |

* В случае отказа обучающегося от результатов текущего контроля успеваемости

Заочная форма обучения

| Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося | | | Максимальное количество баллов |
|--|---|--|--------------------------------|
| 7 семестр | | | |
| Текущий контроль успеваемости | Оцениваемая учебная деятельность обучающегося: | | |
| | Посещение лекционных занятий | | 2 |

| Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося | | Максимальное количество баллов |
|---|---------------------------------|---------------------------------------|
| | Работа на практических занятиях | 12 |
| | Контрольная работа | 46 |
| | Итого | 60 |
| Промежуточная аттестация | Дифференцированный зачет | 40 (100*) |
| | Защита курсовой работы | 100 |

* В случае отказа обучающегося от результатов текущего контроля успеваемости

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

| Система оценивания результатов обучения | Оценки | | | |
|--|---------------------|-------------------|---------|----------|
| Стобалльная система оценивания | 0 – 39 | 40 – 60 | 61 – 80 | 81 – 100 |
| Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы) | Неудовлетворительно | Удовлетворительно | Хорошо | Отлично |
| Академическая система оценивания (зачет) | Не зачтено | Зачтено | | |

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется:

- Видеопроектор.
- Экран.
- IR пульты для экрана и видеопроектора.
- Ноутбук.

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

7.1 Основная литература

1. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Семенова Л.В., Корнеевец В.С., Драгилева И.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2015.— 205 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29260>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Турковский М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18813>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7.2 Дополнительная литература

1. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60435.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Рассохина Т.В. Менеджмент туристских дестинаций [Электронный ресурс]: учебник/ Рассохина Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2014.— 248 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30151.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 440 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35291.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Филип Котлер Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс]: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Филип Котлер— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Восколович Н.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 207 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52498.html>.— ЭБС «IPRbooks»

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

1. ЭБС IPRBooks универсальная базовая коллекция изданий. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>, по паролю. — Загл. с экрана.
2. Электронный читальный зал «БИБЛИОТЕХ» : учебники авторов ТулГУ по всем дисциплинам.- Режим доступа: <https://tsutula.bibliotech.ru/>, по паролю.- Загл. С экрана
3. Научная Электронная Библиотека eLibrary – библиотека электронной периодики, режим доступа: <http://elibrary.ru/> , по паролю.- Загл. с экрана.
4. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/> , свободный.- Загл. с экрана.
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://window.edu.ru/> .- Загл. с экрана.
6. ГРАМОТА.РУ. Библиотека [справочно-информационный портал]. — Режим доступа: <http://www.gramota.ru/biblio/>.
7. СЛОВО [образовательный портал]. — Режим доступа: <http://www.portal-slovo.ru/>

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
5. Классификатор ОКАТО;

6. Yandex (браузер);
7. STDU Viewer (программа для просмотра pdf).
8. Пакет офисных приложений «Мой офис».

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная справочная правовая система Консультант Плюс.