


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

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению курсовой работы
по дисциплине (модулю)

«Маркетинг в гостеприимстве»

основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата

по направлению подготовки

43.03.03 Гостиничное дело

с направленностью (профилем)

Гостиничная деятельность

Форма(ы) обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 430303-01-22

Тула 2022 год

Разработчик(и) методических указаний

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



(подпись)

1. РУКОВОДСТВО ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Цели и задачи выполнения курсовой работы: углублять знания студентов по курсу "Маркетинг в гостеприимстве", приобщать к самостоятельной научно-исследовательской работе, формировать профессиональное мышление по маркетингу и профессиональный подход к сущности, принципам маркетинга, его функции и технологии маркетинговой деятельности туристского предприятия, навыки работы с научной литературой. В курсовой работе необходимо раскрыть теоретическое состояние проблемы, различные практические подходы к ее решению и продемонстрировать собственное видение рассматриваемых вопросов.

2. ЭТАПЫ ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Выбор и утверждение темы в период лекций на начальной стадии обучения.

2. Консультации по курсовой работе еженедельно по расписанию кафедры.

3. Сдача курсовой работы на проверку за 10 дней до начала зачетной недели или экзаменационной сессии.

4. Защита по графику при положительной отзыве руководителя.

Курсовая работа пишется на основе плана, согласованного с руководителем, по следующей схеме:

1. Введение.

2. Основная часть.

3. Заключение.

4. Список используемой литературы.

5. Приложение.

Титульный лист оформляется согласно приложению А.

Содержание должно иметь нумерацию разделов, подразделов и номера страниц.

Во введении дается обоснование актуальности выбранной темы, определяются цель работы и задачи, требующих решения. Объем введения не более двух страниц.

В основной части раскрываются главные вопросы темы в соответствии с планом, которая должна содержать в себе рассмотрение теоретического и практического подхода к решению рассматриваемой темы. В теоретической части делается обзор литературы, анализируются различные взгляды на проблему и излагается собственное ее понимание. В практической части рассматриваются

методы и приемы реализации функций маркетинга на предприятиях связанных с туризмом и социально-культурным сервисом применяемые в реальных ситуациях сегодняшнего дня, характерных для России.

Курсовая работа будет выполнена на хорошем теоретическом уровне, если студент основательно изучит учебную литературу, правильно подберет и освоит основную и дополнительную литературу.

Теоретический анализ должен вестись с привлечением фактического материала, статистической информации и проиллюстрирован с помощью таблиц, графиков, диаграмм и т.п.

При выполнении курсовой работы, кроме монографий и книг, необходимо пользоваться периодической литературой, прежде всего журнальными изданиями, публикациями в экономических еженедельниках, в центральных и местных газетах, за последние годы и месяцы.

В заключении автор делает теоретические выводы по изучаемой проблеме, вытекавшие из текста и предлагает возможные пути ее решения. Объем заключения не более одной страницы.

Список используемой литературы должен состоять не менее, чем из 10 источников, использованных при подготовке курсовой работы.

Сведения об источниках следует располагать строго в алфавитном порядке и нумеровать арабскими цифрами с точкой. Перечень статей и книг на иностранном языке приводится также в алфавитном порядке и после перечня источников на русском языке.

Описание книг в общем виде выглядит следующим образом: Автор. Название: сведения, относящиеся к названию. / Сведения об издании. - Место издания: Издательство, год издания. - Объем страниц.

Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. Под ред. Р.Б. Ноздревой. М.: ЮНИТИ, 2008. - 787 с.

Описание статьи из периодического или продолжающегося издания будет таким: Автор. Название статьи. // Название журнала. - Дата издания. - номер. - страницы.

Приложение может содержать в себе таблицы, схемы, графики и рисунки с обязательной ссылкой на них в основном тексте.

В процессе работы необходимо консультироваться с научным руководителем темы.

Объем курсовой работы 20 - 40 машинописных страниц.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

При оформлении курсовой работы необходимо соблюдать следующие требования:

1. Титульный лист, план или содержание работы, введение, заключение и список используемой литературы оформляются на отдельных листах;
2. Для замечаний рецензента оставляются поля;
3. При цитировании делается ссылка на источник, где указывается автор, название работы, место и год издания, страница;
4. Список литературы оформляется в соответствии с государственным стандартом, в него включаются все литературные источники на которые есть ссылки и сноски в тексте.

4. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

ПО КУРСУ "МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ"

1. Маркетинговая деятельность фирмы
2. Принципы и методы организации маркетинга
3. Организация и функционирование маркетинговой фирмы
4. Анализ влияния окружающей среды маркетинга на рыночную деятельность фирмы
5. Принципы и методы сегментации рынка
6. Консюмеризм и проблемы социально-этического маркетинга
7. Методы изучения эластичности спроса и предложения
8. Методы изучения и прогнозирования покупательского спроса
9. Методы оценки устойчивости рынка (в динамике и статике)
10. Методы регионального анализа потребительского рынка
11. Методы и организация разработки товара
12. Принципы и методы разработки товарной политики фирмы
13. Организация сбыта и дистрибьюции товаров
14. Организация интегрированного канала товародвижения
15. Управление маркетингом на предприятии СКСиТ
16. Организация и осуществление конкурентной борьбы
17. Организация логистики
18. Маркетинг и франчайзинг
19. Маркетинг в малом бизнесе
20. Методология и организация маркетингового исследования
21. Опыт анкетирования и интервьюирования в маркетинговом исследовании

22. Использование выборочного метода в маркетинговом исследовании
23. Моделирование и анализ поведения, предпочтений и мнений потребителей
24. Анализ эффективности сбыта/торговли
25. Сервис в торговле
26. Система стимулирования сбыта/продажи
27. Методы дайрект-маркетинга в продвижении товаров
28. Маркетинг-микс в деятельности малых и средних фирм
29. Маркетинг на фирме (на реальном примере)
30. Маркетинг в различных отраслях (отраслевой маркетинг)

5. ОЦЕНКА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оценивается в балльной системе по следующей шкале:

Графы ведомости КР	Расшифровка	Кол-во баллов
Кр	Курсовая работа на одну из тем, предложенных в п. 4.	до 35
Р	Рецензия.	до 5
Кд	Презентация (не менее 15 слайдов), сопровождающая устное выступление.	до 20
З	ответы на вопросы по теме курсовой работы	до 40
Сумма		до 100

Курсовая работа является одной из форм самостоятельной работы студента и требует обязательной защиты.

Положительная оценка работы является основанием для допуска к экзамену по дисциплине.

6. БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1.Третьякова, Т. Н. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов / Т. Н. Третьякова .— М. : Академия, 2008 .— 265 с. (16 экз.)

Дополнительная литература

1. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: [учебное пособие] / А.П. Дурович .— 5-е изд. — Минск: Новое знание, 2005.— 496 с. (5 экз.)

2. Михалева, Е.П. Основы маркетинга : учеб. пособие / Е. П. Михалева .— Тула, 2006 .— 96 с. (2 экз).

3. Зельдович, Б. З. Как завоевать и удержать клиента в туристическом бизнесе: учеб. пособие для вузов / Б. З. Зельдович; ИГУМО.— М. : Аспект Пресс, 2008 .— 136 с. (2 экз.)

4. Котлер, Kotler P. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз; пер.с англ.под ред. Р.Б. Ноздревой .— 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ, 2005 .— 1063с. (6 экз.)

5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова.-3-е изд.-М.[и др.]: Питер, 2007. - 480с.: ил.- (Классический зарубежный учебник) (2 экз.)

6. Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / В.С.Янкевич, Н.Л.Безрукова; под ред. В.С.Янкевича.— М. : Финансы и статистика, 2005 .— 416с. (15 экз.)

Приложение А

МИНОБРНАУКИ РФ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт педагогики, физической культуры спорта и туризма

Кафедра Туризм и индустрия гостеприимства

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

НА ТЕМУ: _____

Выполнил студент гр. _____

Е.В. Иванов

Руководитель

к.т.н., доцент

А.В. Королев

Члены комиссии:

Тула 2021 г.