

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«МАРКЕТИНГ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ»

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) образовательной программы – Гостиничная деятельность

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2023

Форма обучения – Очная

Курс 3 Семестр 6

Зачет с оценкой 6 сем

Общая трудоемкость дисциплины 144.0 (академ. час), 4.00 (з.е)

Составитель И.В. Абакумова, доцент, канд. техн. наук

Факультет дизайна и технологии

Кафедра сервисных технологий и общетехнических дисциплин

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.17 № 515

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры сервисных технологий и общетехнических дисциплин

01.09.2023 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Абакумова И.В. Абакумова

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2023 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

получение теоретических знаний и приобретение практических навыков принятия решений, связанных со способностью комплексного и системного использования маркетинговых инструментов и их применения для эффективной деятельности и устойчивого развития гостиничного предприятия

Задачи дисциплины:

освоение теории и практики маркетинговых исследований;
формирование умения анализировать и прогнозировать рыночную среду и деятельность субъектов рынка;
освоение методов и технологий маркетинговых исследований;
получение навыков применения видов и методов маркетинговых исследований в гостиничной индустрии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг в гостиничной индустрии» относится к обязательной части образовательной программы высшего образования по направлению подготовки бакалавров 43.03.03 Гостиничное дело по профилю Гостиничная деятельность и реализуется в 6 семестре. Данная дисциплина базируется на знании студентами следующих дисциплин: «Менеджмент в гостиничной индустрии», «Экономика гостиничного предприятия», «Методы научных исследований в профессиональной деятельности». Дисциплина логически и содержательно взаимосвязана с последующими дисциплинами: «Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства», «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства», «Прогрессивные технологии в гостиничном сервисе». Знания, полученные в рамках изучения данной дисциплины, в дальнейшем углубляются и закрепляются в других дисциплинах технологии и организации гостиничной деятельности, а также используются при выполнении курсовых работ и выпускной квалификационной работы по направлению подготовки.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Маркетинг	ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ИД-1ОПК-4 Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов ИД-2ОПК-4 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе с помощью онлайн технологий ИД-3ОПК-4 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4.00 зачетных единицы, 144.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Теоретические основы маркетинга в гостиничной индустрии	6	4		4								9.8	опрос на лекции, защита практической работы, тест
2	Рынок гостиничных услуг. Особенности маркетинга гостиничных услуг	6	6		6								14	опрос на лекции, защита практической работы, тест
3	Гостиничный продукт, сущность и особенности формирования продуктовой стратегии гостиничного предприятия	6	12		12								26	опрос на лекции, защита практической работы, тест
4	Управление маркетингом гостиничного предприятия	6	12		12								26	опрос на лекции, защита практической работы, тест
10	Зачет с оценкой	6								0.2				

	Итого		34.0	34.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	75.8	
--	-------	--	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	------	--

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Теоретические основы маркетинга в гостиничной индустрии	Основные понятия маркетинга. Сущность, цели, задачи и функции маркетинга. Теоретическое и практическое значение дисциплины. Концепции маркетинга и их эволюционное развитие. Этапы развития маркетинга в мировой хозяйственной практике и в науке. Комплекс маркетинга в гостиничной индустрии.
2	Рынок гостиничных услуг. Особенности маркетинга гостиничных услуг	Маркетинговая среда гостиницы. Внутренняя и внешняя среда гостиничного предприятия. Группы потребителей и их характеристики. Понятие и содержание гостиничной услуги. Решение о приобретении продукта. Гостиничные услуги как продукт. Виды гостиничных услуг: основных, дополнительных, вспомогательных. Особенности маркетинга гостиничных услуг
3	Гостиничный продукт, сущность и особенности формирования продуктовой стратегии гостиничного предприятия	Структура гостиничного продукта. Разработка гостиничного продукта. Формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия. Концепция жизненного цикла продукта. Сегментация рынка гостиничных продуктов и услуг
4	Управление маркетингом гостиничного предприятия	Маркетинговые стратегии гостиничного предприятия. Понятие маркетинговой стратегии. Портфельный анализ фирмы. Стратегии роста, сегментации, позиционирования, выбор целевого рынка: Матрицы Ансоффа, др. Организация маркетинговой службы предприятия размещения. Внутрифирменный маркетинг предприятия размещения, этапы процесса. Маркетинговая служба гостиничного предприятия, организация ее деятельности, типы организационных структур. Цикличность и последовательность маркетинговой деятельности. Кадры в системе маркетинговых служб гостиницы. Контроллинг в системе маркетинга.

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Теоретические основы маркетинга в гостиничной индустрии	Основные понятия маркетинга. Сущность, цели, задачи и функции маркетинга. Теоретическое и практическое значение дисциплины. Концепции маркетинга и их эволюционное развитие. Этапы развития маркетинга в мировой хозяйственной практике и в науке. Комплекс маркетинга в гостиничной индустрии.

Рынок гостиничных услуг. Особенности маркетинга гостиничных услуг	Маркетинговая среда гостиницы. Внутренняя и внешняя среда гостиничного предприятия. Группы потребителей и их характеристики. Понятие и содержание гостиничной услуги. Решение о приобретении продукта. Гостиничные услуги как продукт. Виды гостиничных услуг: основных, дополнительных, вспомогательных. Особенности маркетинга гостиничных услуг
Гостиничный продукт, сущность и особенности формирования продуктовой стратегии гостиничного предприятия	Структура гостиничного продукта. Разработка гостиничного продукта. Этапы процесса разработки нового гостиничного продукта. Оценка концепций альтернативных продуктов. Оценка результатов внедрения нового гостиничного продукта. Формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия. Концепция жизненного цикла продукта. Сегментация рынка гостиничных продуктов и услуг
Управление маркетингом гостиничного предприятия	Маркетинговые стратегии гостиничного предприятия. Понятие маркетинговой стратегии. Портфельный анализ фирмы. Стратегии роста, сегментации, позиционирования, выбор целевого рынка: Матрицы Ансоффа, др. Организация маркетинговой службы предприятия размещения. Внутрифирменный маркетинг предприятия размещения, этапы процесса. Маркетинговая служба гостиничного предприятия, организация ее деятельности, типы организационных структур. Цикличность и последовательность маркетинговой деятельности. Кадры в системе маркетинговых служб гостиницы. Контроллинг в системе маркетинга.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Теоретические основы маркетинга в гостиничной индустрии	Подготовка к лекциям, практическим занятиям. Выполнение отчётов по практическим работам. Знакомство с научной и технической литературой. Работа с периодическими изданиями.	9.8
2	Рынок гостиничных услуг. Особенности маркетинга гостиничных услуг	Подготовка к лекциям, практическим занятиям. Выполнение отчётов по практическим работам. Знакомство с научной и технической литературой. Работа с периодическими изданиями.	14
3	Гостиничный продукт, сущность и особенности формирования продуктовой	Подготовка к лекциям, практическим занятиям. Выполнение отчётов по практическим работам. Знакомство с научной и технической литературой. Работа с периодическими изданиями.	26

	стратегии гостиничного предприятия		
4	Управление маркетингом гостиничного предприятия	Подготовка к лекциям, практическим занятиям. Выполнение отчётов по практическим работам. Знакомство с научной и технической литературой. Работа с периодическими изданиями.	26

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для реализации компетентного подхода в учебном процессе предусмотрено использование активных форм проведения занятий, развивающих коммуникативные способности и речь обучающихся, направленных на их привлечение к самостоятельной познавательной деятельности, вызывающих личностный интерес к проведению научных исследований, способствующих осознанию социальной значимости своей будущей профессии и проявлению мотивации к профессиональной деятельности. К активным формам проведения занятий, используемым при реализации курса относятся: проблемная лекция, учебные дискуссии, разбор конкретных ситуаций. На практических занятиях студенты знакомятся с конкретной проблемой, воспроизводят и анализируют ход ее решения, высказывают свои суждения.

Рекомендуется использование информационных технологий при организации коммуникации со студентами для представления информации, выдачи рекомендаций и консультирования по оперативным вопросам, использование мультимедиа- средств при проведении лекционных, лабораторных и практических занятий.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к зачету с оценкой

1. Сущность, цели, задачи и функции маркетинга.
2. Концепции маркетинга и их эволюционное развитие.
3. Этапы развития маркетинга в мировой хозяйственной практике и в науке.
4. Комплекс маркетинга в гостиничной индустрии.
5. Маркетинговая среда гостиницы. Внутренняя и внешняя среда гостиничного предприятия.
6. Сегментация рынка гостиничного предприятия.
7. Группы потребителей и их характеристики.
8. Понятие и содержание гостиничной услуги. Гостиничные услуги как продукт. Решение о приобретении продукта.
9. Особенности маркетинга гостиничных услуг. Виды гостиничных услуг: основных, дополнительных, вспомогательных.
10. Товарный знак и его сущность. Упаковка и маркировка товара. Потребительские свойства товаров.
11. Стадии жизненного цикла гостиничного продукта.
12. Ассортиментная политика, структура ассортимента, основные характеристики гостиничных услуг.
13. Способы реализации гостиничного продукта.
14. Принципы организации сбытовой сети.
15. Функции канала распределения услуг предприятий размещения.
16. Специфика прямого и косвенного сбыта в гостиничном бизнесе.
17. Формирование сбытовой стратегии предприятия сервиса.
18. Понятие маркетинговой стратегии. Маркетинговые стратегии гостиничного предприятия.
19. Портфельный анализ фирмы.
20. Стратегии роста, сегментации, позиционирования, выбор целевого рынка.

21. Организация маркетинговой службы предприятия размещения.
22. Маркетинговая служба гостиничного предприятия, организация ее деятельности, типы организационных структур.
23. Цикличность и последовательность маркетинговой деятельности.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-394-04356-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/102273.html](https://www.iprbookshop.ru/102273.html) (дата обращения: 13.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства : учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — ISBN 978-5-93926-323-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78034.html> (дата обращения: 13.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. — 197 с. — ISBN 978-5-222-18945-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/4983.html](https://www.iprbookshop.ru/4983.html) (дата обращения: 13.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Тультаев, Т. А. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / Т. А. Тультаев. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 318 с. — ISBN 978-5-374-00537-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/10764.html](https://www.iprbookshop.ru/10764.html) (дата обращения: 13.04.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Романов, А. А. Маркетинг в схемах : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2008. — 203 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/9597.html> (дата обращения: 26.04.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система Linux	GNU-лицензия (GNU General Public License)
2	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
3	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/
4	Электронная библиотечная система «IPRbooks» http://www.iprbookshop.ru	Электронно-библиотечная система IPRbooks —научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная плат- форма ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информа- ционные технологии и учебную лицензионную лите- ратуру.

		Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования
5	Научная электронная библиотека http://elibrary.ru	Научная электронная библиотека журналов
6	Электронно-библиотечная система издательства «Лань» http://e.lanbook.com/	Электронный ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.
7	ЭБС ЮРАЙТ https://urait.ru	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОС

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	Консультант Плюс	База данных законодательства РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства РФ
2	Google Scholar	Поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
4	Мультитран	Информационная справочная система «Электронные словари»
5	«Информика»	Обеспечивает информационную поддержку всестороннего развития и продвижения новых информационных технологий в сфере образования и науки России.
6	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.
7	Экономика. Социология. Менеджмент.	Федеральный образовательный портал

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Занятия по дисциплине проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и

техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Все помещения, в которых проводятся занятия, соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета

На занятиях применяется следующее техническое оборудование: компьютерная техника (компьютеры), проектор.