Министерство образования, науки и молодежной политики Республики Коми
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СЫКТЫВКАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ имени И.А. КУРАТОВА»

ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

[индекс и наименование учебной дисциплины в соответствие с рабочим учебным планом]

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ЦИКЛА **ОП.02**

[убрать лишние строки]

Наименование дисциплины	**Основы маркетинга гостиничных услуг**
Нормативная основа составления рабочей программы	ФГОС СПО (приказ Минобрнауки РФ от 9 января 2016 г. №1552)
Наименование специальности/профессии	**43.02.14 Гостиничное дело**
Квалификация выпускника	Специалист по гостеприимству

Фамилия, имя, отчество разработчика РПУД	Черных Анастасия Владимировна

	Всего часов –	76
в том числе:	Лекции –	26
	Лабораторные и практические занятия, включая семинары –	28
	Самостоятельная работа –	22

Вид аттестации –	экзамен
Семестр аттестации –	IV

Цель:	приобретение студентами необходимой квалификации для организации маркетинговой деятельности предприятия индустрии гостеприимства; овладение приемами и методами принятия оптимальных решений для организации и реализации маркетинговой стратегии гостиничного предприятия.
Задачи:	организовать систематическое и последовательное изучение рыночных возможностей посредством использования методологии маркетинговых исследований
	изучить особенности функционирования различных типов рынков: потребительского, институционального (предприятий, посредников, государственных учреждений), международного
	рассмотрение специфики планирования маркетинговой деятельности предприятия, организационные структуры маркетинговой службы и эффективность маркетинговой деятельности предприятия в целом
	научить проводить маркетинговые исследования согласно условиям рынка гостиничного бизнеса
Структура:	цель и задачи дисциплины, место дисциплины в структуре ППССЗ;
	требования к результатам освоения дисциплины;
	объем дисциплины и виды учебной работы;

	содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий);
	учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (основная, дополнительная литература, программное обеспечение, базы данных, информационные справочные и поисковые системы);
	методические рекомендации по организации изучения дисциплины
Требования к умениям:	планировать и прогнозировать продажи;
	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
	выделять целевой сегмент клиентской базы;
	собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
	ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
	разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
	выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
	проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж
	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;
	определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;
	разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.
Требования к знаниям:	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;
	виды каналов сбыта гостиничного продукта;
	способы управления доходами гостиницы;
	особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
	особенности работы с различными категориями гостей;
	методы управления продажами с учётом сегментации;
	способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
	особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
	каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
	ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
	методы максимизации доходов гостиницы;
	критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
	виды отчетности по продажам;
	нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;
	перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
	методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.
	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;
	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить.

Изучение учебной дисциплины «ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг» позволяет сформировать следующие компетенции:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для задач профессиональной деятельности
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках
ОК 11.	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

3.4.4	**Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж**
[наименование вида профессиональной деятельности]	
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 обслуживания гостей.

[при необходимости добавить строки или убрать лишние строки]

Содержание учебной дисциплины

Тема 1.	Введение в маркетинг гостиничных услуг.
Тема 2.	Рынок гостиничных услуг.
Тема 3.	Составляющие комплекса маркетинга.
Тема 4.	Коммуникационная политика гостиничного предприятия
Тема 5.	Методологические основы маркетинговых исследований.
Тема 6.	Конкурентоспособность гостиничного предприятия