

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.14 Маркетинг организаций сферы гостеприимства и
общественного питания

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль)

43.03.03.31 Гостинично-ресторанная деятельность

Форма обучения

заочная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

канд.экон.наук, Доцент, Алешина Ольга Геннадьевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

формирование у студентов направления подготовки 43.03.03 "Гостиничное дело" основ ведения маркетинговой деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания в рыночной экономике

1.2 Задачи изучения дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- изучить теоретические основы маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания;
- изучить основные компоненты рынка гостиничных услуг и общественного питания;
- изучить теорию и практику формирования и продвижения гостиничного продукта и услуг общественного питания;
- знать современные инновационные технологии в области формирования и продвижения гостиничных продуктов и услуг общественного питания;
- знать современные научные подходы, приемы, принципы и методы изучения рынка гостиничных услуг и общественного питания;
- изучить методы оценивания рынков сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов сферы гостеприимства и общественного питания
- выделять основные целевые сегменты потребителей;
- организовывать работу маркетинговых служб гостиниц и других средств размещения;
- изучить способы выявления потребностей клиентов и формировать конечный продукт/услугу на основе выявленных предпочтений;
- изучить навыки формирования и продвижения гостиничного продукта и услуг общественного питания;
- изучить приемы эффективных продаж гостиничного продукта и услуг общественного питания;
- изучить способы и методы поиска информации, необходимой для формирования гостиничного продукта и услуг общественного питания;
- изучить приемы и методы исследования рынка гостиничных услуг и общественного питания;
- владеть навыками выбора эффективных каналов продвижения гостиничного продукта и услуг общественного питания

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	
ОПК-4.1: Осуществляет мониторинг рынка услуг	способы и методы проведения мониторинга рынка сферы гостеприимства и общественного питания,

сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов	изучения рынка, потребителей, конкурентов применять способы и методы проведения мониторинга рынка сферы гостеприимства и общественного питания, изучения рынка, потребителей, конкурентов навыками проведения мониторинга рынка сферы гостеприимства и общественного питания, изучения рынка, потребителей, конкурентов
ОПК-4.2: Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий	способы и методы продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий определять способы и методы продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий навыками продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий
ОПК-4.3: Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет	способы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет применять способы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет навыками продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1.									
	1. Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.	1							
	2. Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.								
	3. Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.							20	
	4. Рынок сферы гостиничных услуг и общественного питания и его компоненты.	1							

5. Рынок сферы гостиничных услуг и общественного питания и его компоненты.			2					
6. Рынок сферы гостиничных услуг и общественного питания и его компоненты.							20	
7. Процесс управления маркетингом на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.	2							
8. Процесс управления маркетингом на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.			2					
9. Процесс управления маркетингом на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.							20	
10. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в сфере гостеприимства и общественного питания.								
11. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в сфере гостеприимства и общественного питания.								
12. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в сфере гостеприимства и общественного питания.							23	
13. Формирование продуктовой стратегии в сфере гостеприимства и общественного питания.	2							
14. Формирование продуктовой стратегии в сфере гостеприимства и общественного питания.			2					
15. Формирование продуктовой стратегии в сфере гостеприимства и общественного питания.							20	
16. Маркетинговое ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания.	2							

17. Маркетинговое ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания.			2					
18. Маркетинговое ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания.							20	
19. Политика распределения и стратегии сбыта в сфере гостеприимства и общественного питания.	1							
20. Политика распределения и стратегии сбыта в сфере гостеприимства и общественного питания.			1					
21. Политика распределения и стратегии сбыта в сфере гостеприимства и общественного питания.							20	
22. Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.	1							
23. Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.			1					
24. Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.							20	
25. Практика международного маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания.								
26. Практика международного маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания.								
27. Практика международного маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания.							24	
28.								
Всего	10		10				187	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Ключевская И.С. Маркетинг гостиничного предприятия: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
2. Тультаев Т. А. Маркетинг услуг: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Маркетинг: Сборник заданий(Вологда: ВГМХА им. Н.В. Верещагина).
4. Христофоров А.В., Христофорова И. В. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: Монография(Москва: Издательский Центр РИО□).
5. Никитина Т. Е., Смирнов К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
6. Григорян Е. С. Маркетинговые коммуникации: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
7. Соловьев Б. А., Мешков А. А. Маркетинг: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
8. Багузова Л.В Маркетинг организации сферы гостеприимства и общественного питания: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...43.03.03.31 Гостинично-ресторанная деятельность] (Красноярск: СФУ).
9. Багузова Л.В Маркетинг гостиничного предприятия: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...43.03.03.02.01 Ресторанное дело](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021
- 6.
- 7.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. не предусмотрено изучением дисциплины

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
--	---

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа,

№ 6-20 ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный, переносной проектор BenG MP 620, акустическая система P-AUDIO, ноутбук кафедры которая читает лекции

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ 5-12 кабинет стратегического планирования и маркетинговых исследований

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, потолочное крепление для проектора Wize WPA-S, проектор Optoma DS211, компьютер в сборе Арек Вуро, информационные стенды: маркетинговые исследования, схема технологии поиска конкурентных преимуществ, основы маркетинга, стратегии позиционирования товара на рынке.

Учебная аудитория для самостоятельной работы:

№ 6-21 кабинет информатики

ул. Лиды Прушинской, зд.2 Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе – 13 шт., концентратор Ascor

Читальный зал отдела обслуживания по торгово - экономическим наукам научной библиотеки библиотечно - издательского комплекса Сибирского федерального университета

№ 3-05

ул. Лиды Прушинской, зд.2

Специализированная мебель; Рабочее место (Intel) Системный блок Intel Celeron D-326J 2.5, Монитор 19 Samsung 9430N Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе; Компьютер в сборе ROSCOM AMD - 10 шт.; Персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе; Проектор Optoma DS211; Экран настенно-потолочный Lumen LMP 100109. Точка доступа D-Link DWL-7100 AP 802.11 b/g; Сканер - 2 шт.