

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

очная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

к.э.н., Доцент, Алешина Ольга Геннадьевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель курса - формирование знаний основ маркетинговой деятельности субъектов сферы гостеприимства и ОП.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Основные задачи курса:

- знакомство с периодами и содержанием этапов эволюции теории маркетинга, развития технологий и инструментов маркетинговой деятельности;

- формирование знания терминологии маркетинга;

- изучение принципов, функций, категорий маркетинговой деятельности экономических агентов сферы гостеприимства и ОП;

- освоение методов, технологий и инструментов управления маркетинговой деятельностью и формирования маркетингового комплекса экономических агентов сферы гостеприимства и ОП;

- формирование представления о составе и характере влияния факторов маркетинговой среды экономических агентов сферы гостеприимства и ОП;

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 сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов	описать процедуры сбора информации о рынке, потребителях, конкурентах выбрать методы сбора информации о рынке, потребителях, конкурентах систематизировать информацию полученную в результате мониторинга и изучения рынка, потребителей, конкурентов
ОПК-4.2: Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн-технологий	описать процесс онлайн продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания выбрать программы и онлайн-технологии для организации продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания произвести оценку эффективности внедрения онлайн продаж услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

ОПК-4.3: Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет	описать основные инструменты и методы используемые для продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания выбрать наиболее эффективные методы онлайн и офлайн продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
	произвести оценку эффективности методов продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	2,5 (90)	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	1,5 (54)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2,5 (90)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				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. Раздел 1. Введение в маркетинг. Современная концепция маркетинга											
		1. Введение в маркетинг		2							
		2. Введение в маркетинг				6					
		3. Введение в маркетинг								10	
		4. Функции маркетинга		4							
		5. Функции маркетинга				6					
		6. Функции маркетинга				2					
		7. Функции маркетинга								10	
2. Раздел 2. Организация и управление маркетингом на предприятии											
		1. Процесс управления маркетингом		2							
		2. Процесс управления маркетингом				2					
		3. Процесс управления маркетингом				4					
		4. Процесс управления маркетингом								10	

5. Организационные структуры управления маркетингом	2							
6. Организационные структуры управления маркетингом			4					
7. Организационные структуры управления маркетингом							10	
8. Планирование, контроль, финансы в маркетинге	4							
9. Планирование, контроль, финансы в маркетинге			2					
10. Планирование, контроль, финансы в маркетинге			4					
11. Планирование, контроль, финансы в маркетинге							10	
3. Раздел 3. Система маркетинговых исследований								
1. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и её структура	2							
2. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и её структура			2					
3. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и её структура							4	
4. Раздел 4. Комплекс маркетинга								
1. Товар в системе маркетингового комплекса	2							
2. Товар в системе маркетингового комплекса			4					
3. Товар в системе маркетингового комплекса							10	
4. Цены и ценообразование в маркетинге	6							
5. Цены и ценообразование в маркетинге			6					
6. Цены и ценообразование в маркетинге							2	
7. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга	6							
8. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга			6					
9. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга							12	

10. Маркетинговые коммуникации	6							
11. Маркетинговые коммуникации			6					
12. Маркетинговые коммуникации							12	
Всего	36		54				90	

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

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

1. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
2. Российские электронные научные журналы и базы данных
3. ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:
<http://window.edu.ru/>
4. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
5. Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru
6. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
7. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)
8. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
9. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
10. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»»: <http://rucont.ru>
11. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
12. Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
13. Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>
14. Biological & Agricultural Index Plus:
<http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>
15. Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>
16. EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
17. Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>
18. Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
19. E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>
20. Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
21. Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
22. Scopus: <http://www.scopus.com>
23. Web of Science: <http://isiknowledge.com>
24. Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>
25. Локальные базы данных
26. Электронный каталог НБ СФУ;
27. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
28. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
29. www.aup.ru – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. www.businesspress.ru - Деловая пресса. Электронные газеты
31. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
32. www.consultant.ru - «Консультант Плюс»

33. www.devbusiness.ru – Развитие бизнеса.Ру
34. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
35. www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг
36. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
37. www.russianmarket.ru – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
38. www.sostav.ru – Реклама, маркетинг, PR
- 39.
40. На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

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).

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата) осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.