Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ворошилова Ольга Евгеньевна
Должность: Декан ФЛиМК
Дата подписания: 04.09.2026 00:27:08
Уникальный программный ключ:
5578942788f3e3074f6b7dbd8e3d54b35e82fe6a6662e010c359e4ba6bb821c5e

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия»

Цели преподавания дисциплины: формирование маркетингового мировоззрения у студентов, ориентированных на работу в индустрии гостеприимства, а также способностей разрабатывать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт, обладающий качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

Задачи изучения дисциплины: изучение теоретических основ и спецификимаркетинга в гостинично-ресторанной сфере; формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков по маркетингу в специфической области сферы услуг – индустрии гостеприимства, необходимых и достаточных как для более углубленного изучения данного профессионального направления, так и для применения их в реальной практике; формирование у студентов навыков проведения мониторинга рынка гостиничных услуг; формирование у студентов способности создавать, продвигать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт; формирование у студентов стремления внедрять инновационные технологии в гостинично-ресторанную деятельность.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсов и ограничений (УК-2)

Способен применять оптимальные технологические приемы при формировании гостинично-ресторанного продукта предприятий общественного питания, ресторанов и гостиниц (ПК-4)

Разделы дисциплины:

Понятие и сущность современного маркетинга. Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара. Планирование маркетинга. Система маркетинговых исследований. Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства. Маркетинг инноваций. Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл. Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия. Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета лингвистики и межкультурной коммуникации
(наименование ф-та полностью)

_____ О.Л. Ворошилова
(подпись, инициалы, фамилия)

«29» ____08____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия
(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело
шифр и наименование направления подготовки (специальности)

направленность (профиль) «Ресторанная деятельность»
наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2019

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №7 «29» марта 2019 г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность» на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса
№ 1 «29» 08 2019г. *(наименование кафедры, дата, номер протокола)*

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Разработчик программы _____ Третьяк А.С.
к.и.н. *(ученая степень и ученое звание, Ф.И.О.)*

Директор научной библиотеки _____ Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №7 «29» марта 2019 г.), на заседании кафедры ИиСКС, протокол №1 от 30.08.21
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИиСКС, протокол №1 от 29.08.22
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИиСКС протокол №1 30.08.23
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № 7 «28» 02 2023 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» 08 2024 г. протокол № 1 .

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «27» 02 2023 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «29» 08 2025 г. протокол № 1 .

И.о. Зав. кафедрой _____ ~~Горюшкина~~ Н.Е. Колупаев А.А.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «27» 03 2024 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «28» 08 2026 г. протокол № 1

И.о. Зав. кафедрой _____ ~~Горюшкина~~ Н.Е. Колупаев А.А.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол №__ «___» _____20__ на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «___» _____ 20____ г. протокол №____ .

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол №__ «___» _____20__ на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «___» _____ 20____ г. протокол №____ .

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол №__ «___» _____20__ на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «___» _____ 20____ г. протокол №____

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

1.1 Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» является формирование маркетингового мировоззрения у студентов, ориентированных на работу в индустрии гостеприимства, а также способностей разрабатывать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт, обладающий качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

1.2 Задачи дисциплины

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- изучение теоретических основ и специфики маркетинга в гостинично-ресторанной сфере;
- формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков по маркетингу в специфической области сферы услуг – индустрии гостеприимства, необходимых и достаточных как для более углубленного изучения данного профессионального направления, так и для применения их в реальной практике;
- формирование у студентов навыков проведения мониторинга рынка гостиничных услуг;
- формирование у студентов способности создавать, продвигать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт;
- формирование у студентов стремления внедрять инновационные технологии в гостинично-ресторанную деятельность.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику определения связи между

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
	имеющих ресурсов и ограничений		поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге
		УК-2.3 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач	***Знать:*** методику составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками использования методики составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге
		УК-2.4 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	***Знать:*** методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** использовать методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих пра-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
			вовых норм в гостиничном маркетинге
		УК-2.5 Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	***Знать:*** методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методике оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге
ПК-4	Способен применять оптимальные технологические приемы при формировании гостинично-ресторанного продукта предприятий общественного питания, ресторанов и гостиниц	ПК-4.2 Анализирует проблемы в функционировании системы контроля, прогнозирует их последствия и принимает меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем	***Знать:*** Принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам. ***Уметь:*** Использовать методики создания системы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях питания.

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
			Владеть: Организацией контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и санитарных требований, выполнения сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечения качества услуг в гостиничном маркетинге

2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность». Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетные единицы (з.е.), 144 академических часов.

Таблица 3 - Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	48
в том числе:	
лекции	16
лабораторные занятия	0
практические занятия	32
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	67,85
Контроль (подготовка к экзамену)	27
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	1,15

Виды учебной работы	Всего, часов
в том числе:	
зачет	не предусмотрен
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	1,15

4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	Предмет, содержание дисциплины. Нужды, желание и спрос. Продукт сферы гостеприимства. Структура уровней продукта. Предложение продукта. Ценность, стоимость и потребительское удовлетворение. Специфика маркетинга в индустрии гостеприимства. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг.
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	Структура рынка и спрос. Сегментация рынка. Основы сегментации потребительских рынков. Определение целевого рынка. Варианты охвата рынков. Определение привлекательных сегментов рынка. Модель потребительского поведения. Личностные характеристики, влияющие на потребительское поведение. Участники процесса покупки. Потребитель как участник процесса принятия решения о покупке. Покупка как процесс и результат. Позиционирование товара и фирмы в целях достижения конкурентных преимуществ. Рыночное позиционирование. Выбор и применение стратегии позиционирования.
3	Планирование маркетинга.	Роль маркетинга в стратегическом планировании. Определение целей и постановка проблем для стратегического планирования. Анализ маркетинговой среды. Ситуационный анализ маркетинговой среды. Матрица SWOT.
4	Система маркетинговых исследований.	Маркетинговая информационная система. Оценка потребности в информации. Получение и обработка информации. Источники сбора информации. Управление процессом сбора информации. Маркетинговая разведка. Маркетинговые исследования. Разработка и процесс маркетинговых

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		исследований. Интерпретация результатов исследования и отчет.
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	Маркетинговый подход к управлению кадрами. Мотивация и корпоративная культура внутри предприятия. Создание рабочих мест и привлечение качественных кадров. Применение в работе основных организационных принципов. Установление стандартов, оценка выполнения работы и введение системы награды и поощрения.
6	Маркетинг инноваций.	Формирование коммерческой инфраструктуры инновационного бизнеса. Особенность маркетинговых инструментов при коммерциализации разработок и доведении продукции до потребителя. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. Маркетинговые коммуникации в сфере разработок и инноваций. Управление эффективностью рекламной деятельности на рынке инноваций.
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	Способы продвижения товара. Определение общего бюджета расходов по видам мероприятий по продвижению товаров и услуг на рынок. Этапы в развитии эффективной коммуникации. Реклама. Постановка целей. Составление рекламного бюджета. Выбор средств массовой информации.
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	Факторы, влияющие на принятие решений о цене. Издержки. Позиции конкурентов. Анализ безубыточности. Основные подходы к установлению цены. Стратегии ценообразования. Эффект растяжения цены. Ценовые пункты. Инициативное изменение цен. Ответные меры на изменение цен.
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	Понятие эффективности. Эффективность менеджмента. Современные направления оценки. Принципы оценки эффективности менеджмента. Использование интегрированного показателя. Оценка через систему основных и вспомогательных показателей. Метод организационной диагностики.

Таблица 4.1.2 –Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)*	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8

1	Понятие и сущность современного маркетинга.	1	-	1	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 2	УК-2 ПК-4
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	1	-	2	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 4	УК-2 ПК-4
3	Планирование маркетинга.	2	-	3	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 6	УК-2 ПК-4
4	Система маркетинговых исследований.	2	-	4	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 8	УК-2 ПК-4
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	2	-	5	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 10	УК-2 ПК-4
6	Маркетинг инноваций.	2	-	6	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 12	УК-2 ПК-4
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	2	-	7	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 13	УК-2 ПК-4
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	2	-	8	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 15	УК-2 ПК-4
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	2	-	9	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 16	УК-2 ПК-4

УО – устный опрос, КЗ-кейс-задачи, Т – тестирование, Р – защита (проверка) рефератов

4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	2
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	2
3	Планирование маркетинга.	4
4	Система маркетинговых исследований.	4
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	4
6	Маркетинг инноваций.	4
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	4
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	4
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	4
Итого		32

4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час.
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	1-2 недели	6
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	3-4 недели	8
3	Планирование маркетинга.	5- 6 недели	8
4	Система маркетинговых исследований.	7-8 недели	8
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	9-10 недели	8
6	Маркетинг инноваций.	11-12 недели	8
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	13-14 недели	8
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	15 неделя	6
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	15 неделя	7,85
Итого			67,85

5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

библиотекой университета:

– библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

– имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

кафедрой:

– путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

– путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

– путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; тем рефератов; вопросов к зачету и т.д.

типографией университета:

– помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

–удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6 Образовательные технологии. Технологии использования воспитательного потенциала дисциплины

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час
1	2	3	4
1	Планирование маркетинга.	проблемная лекция	2
2	Система маркетинговых исследований.	проблемная лекция	2
3	Маркетинг инноваций.	круглый стол	4
4	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	ролевая игра	4
Итого:			12

Содержание дисциплины обладает значительным воспитательным потенциалом, поскольку в нем аккумулирован современный научный опыт человечества. Реализация воспитательного потенциала дисциплины осуществляется в рамках единого образовательного и воспитательного процесса и способствует непрерывному развитию личности каждого обучающегося. Дисциплина вносит значимый вклад в формирование общей и профессиональной культуры обучающихся. Содержание дисциплины способствует гражданскому, правовому, экономическому, профессионально-трудовому воспитанию обучающихся.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины подразумевает:

– целенаправленный отбор преподавателем и включение в лекционный материал, материал для практических занятий содержания, демонстрирующего обучающимся образцы настоящего научного подвижничества представителей данной отрасли экономики, высокого профессионализма представителей производства, их ответственности за результаты и последствия деятельности для природы, человека и общества, а также примеры гражданственности, творческого мышления*;*

– применение технологий, форм и методов преподавания дисциплины, имеющих высокий воспитательный эффект за счет создания условий для взаимодей-

ствия обучающихся с преподавателем, другими обучающимися, представителями работодателей (командная работа, решение кейсов, круглые столы, диспуты и др.);

– личный пример преподавателя, демонстрацию им в образовательной деятельности и общении с обучающимися за рамками образовательного процесса высокой общей и профессиональной культуры.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины на учебных занятиях направлена на поддержание в университете единой развивающей образовательной и воспитательной среды. Реализация воспитательного потенциала дисциплины в ходе самостоятельной работы обучающихся способствует развитию в них целеустремленности, инициативности, креативности, ответственности за результаты своей работы – качеств, необходимых для успешной социализации и профессионального становления.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули)и практики, при изучении/ прохождении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсов и ограничений	Бухгалтерский учет в ресторане Экономика предприятий питания	Технология гостиничной деятельности Методы научных исследований Менеджмент гостинично-ресторанного предприятия Производственная организационно-управленческая практика	Проектирование гостиничной деятельности Производственная преддипломная практика
ПК-4 Способен применять оптимальные технологические приемы при формировании гостинично-ресторанного продукта предприятий общественного питания, ресторанов и гостиниц	Экономика гостинично-ресторанного предприятия Менеджмент гостинично-ресторанного предприятия Технологии продаж в го-		Управление персоналом на предприятиях гостеприимства Производственная

	стинично-ресторанном бизнесе	сервисная практика Производственная преддипломная практика

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК-2 / основной	УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения УК-2.3 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач УК-2.4 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; методику составления планаграфика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге; методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при

Код компе-тенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворитель-но)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	нормы УК-2.5 Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	решения в гостиничном маркетинге; применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; навыками применения методике оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге	***Уметь:*** применять методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; использовать методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; навыками применения методики определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих пра-	необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; применять методику составления планаграфика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге; использовать методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их реше-

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
			вовых норм в гостиничном маркетинге; навыками применения методике оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге	ния в гостиничном маркетинге; навыками использования методики составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге; навыками применения методики определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; навыками применения методике оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге
ПК-4 / основной	ПК-4.2 Анализирует проблемы в функционировании системы контроля, прогнозирует их последствия и принимает меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в бу-	***Знать:*** некоторые методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, ***Уметь:*** частично использовать методики создания системы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях пита-	***Знать:*** общие черты принципов и методов создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и	***Знать:*** Принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам. ***Уметь:*** Использовать методики создания си-

Код компе-тенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворитель-но)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	дущем	ния. ***Владеть:*** навы-ками по частичной организации контроля функци-онирования си-стемы внутреннего распорядка, испол-нения персоналом принятых решений, соблюдения техни-ческих и санитар-ных требований, выполнения сотрудниками стандартов об-служивания и обес-печения качества услуг в гостинич-ном маркетинге	стандартам. ***Уметь:*** использо-вать методики со-здания системы контроля в гости-ничных комплексах и на предприятиях питания. ***Владеть:*** навы-ками по организа ции контроля функционирования системы внутрен-него распорядка, выполнения сотрудниками стандартов об-служивания и обес-печения качества услуг в гостинич-ном маркетинге	стемы контроля в го-стиничных комплексах и на предприятиях пита-ния. ***Владеть:*** навыками по организации контроля функционирования системы внутреннего распо-рядка, исполнения пе-рсоналом принятых решений, соблюдения технических и сани-тарных требований, выполнения сотрудни-ками стандартов об-служивания и обеспе-чения качества услуг в гостиничном марке-тинге

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименова-ние	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Понятие и сущ-ность современного маркетинга.	УК-2 ПК-4	Лекция, прак-тическое заня-тие № 1, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №1	Задание к прак-тиче-скому занятию № 1	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 2, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №2 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 2	согласно таб. 7.2
3	Планирование маркетинга.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 3, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №3 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 3	согласно таб. 7.2
4	Система маркетинговых исследований.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 4, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №4 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 4	согласно таб. 7.2
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 5, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №5 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 5	согласно таб. 7.2
6	Маркетинг инноваций.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 6, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №6 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 6	согласно таб. 7.2
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 7, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по	Задание к практическому занятию	согласно таб. 7.2

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
				теме №7	№ 7	
				кейс-задачи		
				БТЗ		
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 8, СРС	мконтрольные вопросы к устному опросу по теме №8	Задание к практическому занятию № 8	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 9, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №9	Задание к практическому занятию № 9	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		

Примеры типовых контрольных заданий для проведения
текущего контроля успеваемости

Тема 5 Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.

1. На микроуровне объектами управления являются:

Какой из видов маркетингового бюджета следует применять предприятиям индустрии гостеприимства, обладающим значительными объемами возвратного бизнеса?
А) метод нулевого основания
Б) процент от объема продаж
В) метод конкурентного паритета

2.Закончить определение:

Понятие продукта в гостинично-ресторанном бизнесе _____.

Кейс-задача

1. Процесс предоставления гостиничных услуг лежит в широком диапазоне; от полностью автоматизированного до абсолютно персонализированного. Определите в указанном диапазоне место приложения основных усилий по решению проблем качества гостиничных услуг. Задача требует аналитического решения. Ключевые слова: гостеприимство, человеческий фактор, система управления качеством.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде бланкового и компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),

Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

Примеры типовых заданий для проведения
промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:

а) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации;
б) методические приемы работы с информацией;
в) офисное оборудование;
г) свой вариант ответа.

Задание в открытой форме:
Стратегии продаж - это: _____.

Компетентностно-ориентированная задача:

Клиенты гостиницы А (номерной фонд составляет 86 единиц) часто жаловались на отсутствие любезности со стороны служащих. Администрация выбрала в качестве решения проблемы стратегию сокращения контактов гостей с обслуживающим персоналом (усилила автоматизацию цикла обслуживания гостя). Проанализируйте ситуацию, оцените принятое администрацией решение, предложите свои варианты выхода из данного положения.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

– положение П 02.016–2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;

– методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля успеваемости* по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
Практическое занятие № 1 Понятие и сущность современного маркетинга. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №1, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 2 Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара *контрольные вопросы к устному опросу по теме №2, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия №2, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 3 Планирование маркетинга. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №3, кейс-задачи, БТЗ*	2	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 4 Система маркетинговых исследований. *контрольные вопросы к устному*	2	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля	4	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных

опросу по теме №4, кейс-задачи, БТЗ		правильных ответов менее 50%		ответов более 50%
Практическое занятие № 5 Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №5, кейс-задачи, БТЗ*	2	Выполнил задания практ. занятия № 5, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 5, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 6 Маркетинг инноваций. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №6, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 6, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 6, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 7 Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №7, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 7, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 7, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 8 Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №8, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 8, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 8, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 9 Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №9, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 9, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 9, доля правильных ответов более 50%
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде бланкового тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

– задание в закрытой форме –2 балл,
– задание в открытой форме – 2 балла,
– решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование –36 баллов.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная учебная литература

8.1 Основная литература

1. Клименко, Л.В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие : [16+] / Л.В. Клименко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3130-1. – Текст : электронный.
2. Джанджугазова, Е.А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е.А. Джанджугазова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 191 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр.: с. 164-165. – ISBN 978-5-4499-1541-2. – Текст : электронный.

8.2 Дополнительная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.
2. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учебное пособие / Т.Л. Дашкова. – Москва : Дашков и К°, 2014. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823(дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02000-1. – Текст : электронный.
3. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. – Москва : Юнити, 2016. – 303 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02813-2. – Текст : электронный.
4. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.

8.3 Перечень методических указаний

1. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.
2. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для студентов направления подготовки 101100.62 «Гостиничное дело» / ЮЗГУ ; сост.: Л. А. Василевская, Т. В. Беспяткина. - Электрон. текстовые дан. (288 КБ). - Курск : ЮЗГУ, 2015. - 12 с.

8.4 Другие учебно-методические материалы

«Экономика»;
«Директор по маркетингу и сбыту»;
«Интернет-маркетинг».

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека, интегрированная с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ)
2. http://biblioclub.ru – Эектронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»
3. http://library.kstu.kursk.ru – Электронная библиотека ЮЗГУ
4. http://www.prlib.ru/ – Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина
5. http://нэб.рф/ – Информационная система «Национальная электронная библиотека» ФГБУ РГБ
6. www.minfin.ru – Министерство Финансов РФ;
7. www.cbr.ru – Центральный банк Российской Федерации; www.economy.gov.ru/minec/main – Министерство экономического развития РФ;
8. www.nalog.ru – Федеральная налоговая служба РФ;
9. www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики;
10. www.ivr.ru – База данных инвестиционных проектов российских предприятий;
11. www.wto.ru – Официальный сайт центра экспертизы по вопросам ВТО;
12. www.eeg.ru – Экономическая экспертная группа. Аналитика и консалтинг по экономике и финансам;
13. www.olma.ru – Ежедневные обзоры мировой экономики, недельный экономический обзор, обзоры по отраслям и отдельным рынкам;
14. www.rbc.ru – Сайт информационного аналитического агентства РосБизнесКонсалтинг Интерес представляет аналитическая страница, где имеются ссылки на ежедневные макроэкономические обзоры различных организаций - всего порядка пятидесяти ссылок;

15. www.bloomberg.com – Сайт информационного аналитического агентства Bloomberg News. На сайте представлены самые свежие экономические новости. Он-лайн котировки ведущих мировых индексов и курсов валют. Среди достоинств сайта его оперативность - он-лайн котировки и самые свежие новости. Только для тех, кто хорошо знает английский;
16. www.beafnd.org – Фонд Бюро Экономического Анализа;
17. www.ereport.ru/ – Сайт, посвященный мировой экономике и мировым рынкам. Полезная информация по экономике разных стран мира, самые свежие экономические новости, экономические обзоры за последний месяц. Котировки фондовых индексов, цены на нефть и металлы, средние за последний месяц. Сайт регулярно обновляет экономические показатели ряда промышленно развитых стран мира - США, Японии, Еврозоны, Германии, Франции и Великобритании, России и Китая. Вся статистика разбита по странам или регионам. При формировании базы используются данные новостей, обзоров, публикаций и статистических отчетов ведущих мировых информационных и аналитических агентств. В разделе статьи находятся обзоры теоретического и практического характера, призванные улучшить понимание информации и новостей и экономических обзоров;
18. www.cefir.ru – Официальный сайт ЦЭФИР - Центра экономических и финансовых исследований;
19. http://trasa.ru/index.html – Сайт туристских маршрутов России;
20. http://worldgeo.ru/russia/reg46 – Карта Курской области;
21. http://sergys.narod.ru/RUS/geo.htm – Георгафия Курской области;
22. http://ecsocman.hse.ru/ – Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент";
23. www.aup.ru – Портал по менеджменту, маркетингу и рекламе, финансам, инвестициям, управлению персоналом, экономической теории. Бесплатные библиотеки по каждому разделу, форумы, Интернет-магазин;
24. ecsocman.edu.ru - Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент";
25. econline.h1.ru – Сайт представляет собой каталог ссылок на лучшие экономические и финансовые ресурсы сети Internet, как зарубежные, так и российские;
26. www.digitaleconomist.com – Сайт для студентов, содержащий учебные и тестовые материалы (на английском языке);
27. economicus.ru – Проект института "Экономическая школа" Разделы:
    - микроэкономика
    - макроэкономика
    - популярный российский учебник по микроэкономике в России, написан в 90-х годах В. М. Гальпериным.
    - Экономика и организация промышленности
    - Учебно-методические материалы для преподавателей микроэкономики, а также их студентов.
    - путеводитель по ресурсам Интернет, связанным с экономикой;

28. http://eup.ru/ – Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы/ Книги по всем экономическим дисциплинам на русском языке. Возможно сохранение html-версии;
29. www.cfin.ru – Internet-проект по корпоративным финансам. Здесь можно найти практически любую информацию, статьи, современные методики, которыми важно владеть пользователям первичной экономической и финансовой информации, связанным с принятием решений;
30. www.econorus.org – Официальный сайт Новой экономической ассоциации;
31. www.expert-systems.com - Официальный сайт российской консалтинговой компании «Эксперт Системс», специализирующаяся на комплексных решениях для развития бизнеса, разработчик программы Project Expert.

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное усвоение учебной дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее изучения путем планомерной работы. Основными видами аудиторной работы при изучении дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» являются лекции и практические занятия.

Обучающийся должен активно участвовать в выполнении видов практических работ, определенных для данной дисциплины. В этой связи при проработке лекционного материала обучающиеся должны иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые вопросы учебного материала. Остальные осваиваются в ходе других видов занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» представлены в дидактически проработанной последовательности, что предусматривает логическую стройность курса и продуманную систему освоения обучающимися учебного материала, поэтому нельзя приступать к изучению последующих тем (разделов), не усвоив предыдущих. В ходе лекционных занятий студент должен конспектировать учебный материал, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия. Они предназначены для расширения и углубления знаний по учебной дисциплине, формирования умений и компетенций, предусмотренных стандартом.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в основной литературе и, желательно, в дополнительной литературе, используемой для расширения объема знаний по теме (разделу), в Интернет-ресурсах.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят презентации, доклады по отдельным темам дисциплины.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, устных и письменных ответов на контрольные вопросы по темам практических работ, уровню подготовки презентаций, докладов.

Преподаватель на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, контроль путем отработки студентами пропущенных лекции, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немыслима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» с целью освоения и закрепления компетенции, закрепленной за дисциплиной.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» − закрепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки поиска исторической информации.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Libreoffice операционная система Windows
Антивирус Касперского *(или ESETNOD)*

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованная аудитория.

Комплект мультимедийного оборудования 1: ноутбук ASUS X50VL PMDT2330/14/1024/Mb/160Gb; проектор inFocusIN24+, экран, аудиоколонки.

Комплект мультимедийного оборудования 2: ноутбук HP 250 Gb 15,6″ (HD i5-7200U/4Gb/DVD); проектор Benq MV533, экран, аудиоколонки.

13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Те-

кущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	изменных	заменных	аннулированных	новых			

30

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета лингвистики и межкультурной коммуникации
(наименование ф-та полностью)

_____ О.Л. Ворошилова
(подпись, инициалы, фамилия)

«29» 08 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия
(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело
шифр и наименование направления подготовки (специальности)

направленность (профиль) «Ресторанная деятельность»
наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2019

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №7 «29» марта 2019 г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность» на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса
№ 1 «29» 08 2019 г. *(наименование кафедры, дата, номер протокола)*

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Разработчик программы _____ Третьяк А.С.
к.и.н. *(ученая степень и ученое звание, Ф.И.О.)*

Директор научной библиотеки _____ Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИиСКС, протокол № 1 от 30.08.21
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИиСКС, протокол № 1 от 29.08.22
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность», одобренного Ученым советом университета (протокол №9 «25» 06 2021 г.), на заседании кафедры ИиСКС, протокол № 1 от 30.08.23
(наименование кафедры, дата, номер протокола)

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № 7 «28» 02 20 23 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» 08 20 24 г. протокол № 1 .

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «27» 02 20 25 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «29» 08 20 25 г. протокол № 1 .

М.П. Зав. кафедрой _____ ~~Горюшкина~~ Н.Е. Колупаев А.А.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «27» 03 20 24 на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «28» 08 20 26 г. протокол № ____

М.П. Зав. кафедрой _____ ~~Горюшкина~~ Н.Е. Колупаев А.А.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № __ «___» _____ 20__ на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «___» _____ 20____ г. протокол № ____ .

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № __ «___» _____ 20__ на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «___» _____ 20____ г. протокол № ____ .

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.03.03 «Гостиничное дело, направленность (профиль, специализация) Ресторанная деятельность , Одобренного Ученым советом университета протокол № __ «___» _____ 20__ на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «___» _____ 20____ г. протокол № ____

Зав. кафедрой _____ Горюшкина Н.Е.

1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

1.1 Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» является формирование маркетингового мировоззрения у студентов, ориентированных на работу в индустрии гостеприимства, а также способностей разрабатывать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт, обладающий качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

1.2 Задачи дисциплины

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- изучение теоретических основ и специфики маркетинга в гостинично-ресторанной сфере;
- формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков по маркетингу в специфической области сферы услуг – индустрии гостеприимства, необходимых и достаточных как для более углубленного изучения данного профессионального направления, так и для применения их в реальной практике;
- формирование у студентов навыков проведения мониторинга рынка гостиничных услуг;
- формирование у студентов способности создавать, продвигать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт;
- формирование у студентов стремления внедрять инновационные технологии в гостинично-ресторанную деятельность.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1.3 – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, ис-	УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
	ходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсов и ограничений		***Уметь:*** применять методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге
		УК-2.3 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач	***Знать:*** методику составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками использования методики составления плана-графика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге
		УК-2.4 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	***Знать:*** методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** использовать методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
			имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге
		УК-2.5 Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	***Знать:*** методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методике оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге
ПК-4	Способен применять оптимальные технологические приемы при формировании гостинично-ресторанного продукта предприятий общественного питания, ресторанов и гостиниц	ПК-4.2 Анализирует проблемы в функционировании системы контроля, прогнозирует их последствия и принимает меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем	***Знать:*** Принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам. ***Уметь:*** Использовать методики создания системы контроля в гостиничных

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной*	*Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
			комплексах и на предприятиях питания. ***Владеть:*** Организацией контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и санитарных требований, выполнения сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечения качества услуг в гостиничном маркетинге

2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Ресторанная деятельность». Дисциплина изучается на 3 курсе.

3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетные единицы (з.е.), 144 академических часов.

Таблица 3 - Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	12
в том числе:	
лекции	4
лабораторные занятия	0
практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	122,88

Виды учебной работы	Всего, часов
Контроль (подготовка к экзамену)	9
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,12
в том числе:	
зачет	не предусмотрен
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	0,12

4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	Предмет, содержание дисциплины. Нужды, желание и спрос. Продукт сферы гостеприимства. Структура уровней продукта. Предложение продукта. Ценность, стоимость и потребительское удовлетворение. Специфика маркетинга в индустрии гостеприимства. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг.
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	Структура рынка и спрос. Сегментация рынка. Основы сегментации потребительских рынков. Определение целевого рынка. Варианты охвата рынков. Определение привлекательных сегментов рынка. Модель потребительского поведения. Личностные характеристики, влияющие на потребительское поведение. Участники процесса покупки. Потребитель как участник процесса принятия решения о покупке. Покупка как процесс и результат. Позиционирование товара и фирмы в целях достижения конкурентных преимуществ. Рыночное позиционирование. Выбор и применение стратегии позиционирования.
3	Планирование маркетинга.	Роль маркетинга в стратегическом планировании. Определение целей и постановка проблем для стратегического планирования. Анализ маркетинговой среды. Ситуационный анализ маркетинговой среды. Матрица SWOT.
4	Система маркетинговых исследований.	Маркетинговая информационная система. Оценка потребности в информации. Получение и обработка информации. Источники сбора информации.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		Управление процессом сбора информации. Маркетинговая разведка. Маркетинговые исследования. Разработка и процесс маркетинговых исследований. Интерпретация результатов исследования и отчет.
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	Маркетинговый подход к управлению кадрами. Мотивация и корпоративная культура внутри предприятия. Создание рабочих мест и привлечение качественных кадров. Применение в работе основных организационных принципов. Установление стандартов, оценка выполнения работы и введение системы награды и поощрения.
6	Маркетинг инноваций.	Формирование коммерческой инфраструктуры инновационного бизнеса. Особенность маркетинговых инструментов при коммерциализации разработок и доведении продукции до потребителя. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. Маркетинговые коммуникации в сфере разработок и инноваций. Управление эффективностью рекламной деятельности на рынке инноваций.
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	Способы продвижения товара. Определение общего бюджета расходов по видам мероприятий по продвижению товаров и услуг на рынок. Этапы в развитии эффективной коммуникации. Реклама. Постановка целей. Составление рекламного бюджета. Выбор средств массовой информации.
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	Факторы, влияющие на принятие решений о цене. Издержки. Позиции конкурентов. Анализ безубыточности. Основные подходы к установлению цены. Стратегии ценообразования. Эффект растяжения цены. Ценовые пункты. Инициативное изменение цен. Ответные меры на изменение цен.
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	Понятие эффективности. Эффективность менеджмента. Современные направления оценки. Принципы оценки эффективности менеджмента. Использование интегрированного показателя. Оценка через систему основных и вспомогательных показателей. Метод организационной диагностики.

Таблица 4.1.2 –Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости *(по*	Компетенции
		лек.,	№	№			

		(час.)	лаб.	пр.		*неделям семестра)*	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	-	-	1	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 2	УК-2 ПК-4
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	-	-	2	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 4	УК-2 ПК-4
3	Планирование маркетинга.	1	-	3	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 6	УК-2 ПК-4
4	Система маркетинговых исследований.	-	-	4	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 8	УК-2 ПК-4
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	1	-	5	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 10	УК-2 ПК-4
6	Маркетинг инноваций.	-	-	6	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 12	УК-2 ПК-4
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	1	-	7	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 13	УК-2 ПК-4
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	-	-	8	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 15	УК-2 ПК-4
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	1	-	-	У-1, 2, 3 МУ-1	УО, КЗ, Р 16	УК-2 ПК-4

УО – устный опрос, КЗ-кейс-задачи, Т – тестирование, Р – защита (проверка) рефератов

4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	1
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	1
3	Планирование маркетинга.	1
4	Система маркетинговых исследований.	1
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	1
6	Маркетинг инноваций.	1
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	1
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	1
Итого		8

4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час.
1	Понятие и сущность современного маркетинга.	1-2 недели	6
2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	3-4 недели	20
3	Планирование маркетинга.	5- 6 недели	10
4	Система маркетинговых исследований.	7-8 недели	20
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	9-10 недели	10
6	Маркетинг инноваций.	11-12 недели	10
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	13-14 недели	10
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	15 неделя	20
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	15 неделя	22,88
Итого			122,88

5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

библиотекой университета:

– библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

– имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

кафедрой:

– путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

– путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

– путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; тем рефератов; вопросов к зачету и т.д.

типографией университета:

– помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической ли-

тературы;

–удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

6 Образовательные технологии. Технологии использования воспитательного потенциала дисциплины

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час
1	2	3	4
1	Планирование маркетинга.	проблемная лекция	2
2	Система маркетинговых исследований.	проблемная лекция	2
3	Маркетинг инноваций.	круглый стол	2
4	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	ролевая игра	2
Итого:			8

Содержание дисциплины обладает значительным воспитательным потенциалом, поскольку в нем аккумулирован современный научный опыт человечества. Реализация воспитательного потенциала дисциплины осуществляется в рамках единого образовательного и воспитательного процесса и способствует непрерывному развитию личности каждого обучающегося. Дисциплина вносит значимый вклад в формирование общей и профессиональной культуры обучающихся. Содержание дисциплины способствует гражданскому, правовому, экономическому, профессионально-трудовому воспитанию обучающихся.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины подразумевает:

– целенаправленный отбор преподавателем и включение в лекционный материал, материал для практических занятий содержания, демонстрирующего обучающимся образцы настоящего научного подвижничества представителей данной отрасли экономики, высокого профессионализма представителей производства, их ответственности за результаты и последствия деятельности для природы, человека и общества, а также примеры гражданственности, творческого мышления;

– применение технологий, форм и методов преподавания дисциплины, имеющих высокий воспитательный эффект за счет создания условий для взаимодействия обучающихся с преподавателем, другими обучающимися, представителями работодателей (командная работа, решение кейсов, круглые столы, диспуты и др.);

– личный пример преподавателя, демонстрацию им в образовательной деятельности и общении с обучающимися за рамками образовательного процесса высокой общей и профессиональной культуры.

Реализация воспитательного потенциала дисциплины на учебных занятиях направлена на поддержание в университете единой развивающей образовательной и воспитательной среды. Реализация воспитательного потенциала дисциплины в ходе самостоятельной работы обучающихся способствует развитию в них целеустремленности, инициативности, креативности, ответственности за результаты своей работы – качеств, необходимых для успешной социализации и профессионального становления.

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули)и практики, при изучении/ прохождении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсов и ограничений	Бухгалтерский учет в ресторане Экономика предприятий питания	Технология гостиничной деятельности Методы научных исследований Менеджмент гостинично-ресторанного предприятия Производственная организационно-управленческая практика	Проектирование гостиничной деятельности Производственная преддипломная практика
ПК-4 Способен применять оптимальные технологические приемы при формировании гостинично-ресторанного продукта предприятий общественного питания, ресторанов и гостиниц	Экономика гостинично-ресторанного предприятия Менеджмент гостинично-ресторанного предприятия Технологии продаж в гостинично-ресторанном		Управление персоналом на предприятиях гостеприимства Производственная сервисная практика

	бизнесе	Производственная преддипломная практика

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК-2 / основной	УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения УК-2.3 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач УК-2.4 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы УК-2.5 Оценивает реше-	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; применять мето-	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику определения связи между	***Знать:*** методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; методику составления планаграфика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге; методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в го-

Код компе-тенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворитель-но)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	ние поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	дику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; навыками применения методике оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге	поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; использовать методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; навыками применения методики определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; навыками	стиничном маркетинге ***Уметь:*** применять методику определения связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; применять методику составления планаграфика реализации проекта в целом и выбора оптимального способа решения поставленных задач в гостиничном маркетинге; использовать методику определения имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм в гостиничном маркетинге; применять методику оценивания поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач в гостиничном маркетинге ***Владеть:*** навыками применения методики определения связи между поставленными задачами ожидаемые результаты их решения в гостиничном маркетинге; навыками использования мето-

Код компе-тенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворитель-но)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
			применения мето-дике оценивания поставленных за-дач в зоне своей от-ветственности в со-ответствии с запла-нированными результатами контроля, при не-обходимости кор-ректирует способы решения задач в го-стиничном марке-тинге	дики составления плана-графика реали-зации проекта в целом и выбора оптималь-ного способа решения поставленных задач в гостиничном марке-тинге; навыками при-менения методики определения имеющихся ресурсов и ограничений, дей-ствующих правовых норм в гостиничном маркетинге; навыками применения методике оценивания постав-ленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с за-планированными результатами контро-ля, при необходимо-сти корректирует способы решения за-дач в гостиничном маркетинге
ПК-4 / основной	ПК-4.2 Ана-лизирует про-блемы в функциониро-вании си-стемы контро-ля, прогнози-рует их по-следствия и принимает меры по ис-правлению и недопущению подобных си-туаций в бу-дущем	***Знать:*** некоторые методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий пита-ния, ***Уметь:*** частично использовать мето-дики создания си-стемы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях пита-ния. ***Владеть:*** навы-ками по частичной	***Знать:*** общие чер-ты принципов и ме-тодов создания си-стемы контроля ра-боты персонала го-стиничных комплексов и предприятий пита-ния, способы оцен-ки соответствия ка-чества выполня-емых работ разра-ботанным на предприятии регламентам и стандартам. ***Уметь:*** использо-вать методики со-	***Знать:*** Принципы и методы создания си-стемы контроля ра-боты персонала гости-ничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соот-ветствия качества вы-полняемых работ раз-работанным на предприятии регламентам и стандартам. ***Уметь:*** Использовать методики создания си-стемы контроля в го-стиничных комплексах и на

Код компе-тенции/ этап	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения*	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворитель-но)	Продвинутый уровень (хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		организации контроля функцио-нирования си-стемы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения техни-ческих и санитар-ных требований, выполнения сотрудниками стандартов об-служивания и обес-печения качества услуг в гостинич-ном маркетинге	здания системы контроля в гости-ничных комплексах и на предприятиях питания. ***Владеть:*** навы-ками по организа ции контроля функционирования системы внутрен-него распорядка, выполнения сотрудниками стандартов об-служивания и обес-печения качества услуг в гостинич-ном маркетинге	предприятиях пита-ния. ***Владеть:*** навыками по организации контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и сани-тарных требований, выполнения сотрудни-ками стандартов об-служивания и обеспе-чения качества услуг в гостиничном марке-тинге

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименова-ние	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Понятие и сущ-ность современного маркетинга.	УК-2 ПК-4	практическое занятие № 1, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №1	Задание к прак-тиче-скому занятию № 1	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи		
				БТЗ		
2	Сегментация, опре-деление целевого рынка и позициони-	УК-2 ПК-4	практическое занятие № 2, СРС	Задания и контрольные вопросы к	Задание к прак-тиче-	согласно таб. 7.2

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
	рование товара.			устному опросу по теме №2 кейс-задачи БТЗ	скому занятию № 2	
3	Планирование маркетинга.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 3, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №3 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 3	согласно таб. 7.2
4	Система маркетинговых исследований.	УК-2 ПК-4	практическое занятие № 4, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №4 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 4	согласно таб. 7.2
5	Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 5, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №5 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 5	согласно таб. 7.2
6	Маркетинг инноваций.	УК-2 ПК-4	практическое занятие № 6, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №6 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 6	согласно таб. 7.2
7	Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	УК-2 ПК-4	Лекция, практическое занятие № 7, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №7 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 7	согласно таб. 7.2

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
8	Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	УК-2 ПК-4	практическое занятие № 8, СРС	Задания и контрольные вопросы к устному опросу по теме №8 кейс-задачи БТЗ	Задание к практическому занятию № 8	согласно таб. 7.2
9	Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	УК-2 ПК-4	Лекция, СРС	кейс-задачи БТЗ	-	согласно таб. 7.2

Примеры типовых контрольных заданий для проведения
текущего контроля успеваемости

Тема 5 Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.

1. На микроуровне объектами управления являются:

Какой из видов маркетингового бюджета следует применять предприятиям индустрии гостеприимства, обладающим значительными объемами возвратного бизнеса?
А) метод нулевого основания
Б) процент от объема продаж
В) метод конкурентного паритета

2.Закончить определение:

Понятие продукта в гостинично-ресторанном бизнесе _____.

Кейс-задача

1. Процесс предоставления гостиничных услуг лежит в широком диапазоне; от полностью автоматизированного до абсолютно персонализированного. Определите в указанном диапазоне место приложения основных усилий по решению проблем качества гостиничных услуг. Задача требует аналитического решения. Ключевые слова: гостеприимство, человеческий фактор, система управления качеством.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде бланкового и компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),

Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

Примеры типовых заданий для проведения
промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:

а) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации;
б) методические приемы работы с информацией;
в) офисное оборудование;
г) свой вариант ответа.

Задание в открытой форме:
Стратегии продаж - это: _____.

Компетентностно-ориентированная задача:

Клиенты гостиницы А (номерной фонд составляет 86 единиц) часто жаловались на отсутствие любезности со стороны служащих. Администрация выбрала в качестве решения проблемы стратегию сокращения контактов гостей с обслуживающим персоналом (усилила автоматизацию цикла обслуживания гостя). Проанализируйте ситуацию, оцените принятое администрацией решение, предложите свои варианты выхода из данного положения.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

– положение П 02.016–2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;

– методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля успеваемости* по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
Практическое занятие № 1 Понятие и сущность современного маркетинга. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №1, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 2 Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара *контрольные вопросы к устному опросу по теме №2, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия №2, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 3 Планирование маркетинга. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №3, кейс-задачи, БТЗ*	2	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 4 Система маркетинговых исследований. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №4, кейс-задачи, БТЗ*	2	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных ответов более 50%

Практическое занятие № 5 Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №5, кейс-задачи, БТЗ*	2	Выполнил задания практ. занятия № 5, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 5, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 6 Маркетинг инноваций. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №6, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 6, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 6, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 7 Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №7, кейс-задачи, БТЗ*	1	Выполнил задания практ. занятия № 7, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 7, доля правильных ответов более 50%
Практическое занятие № 8 Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия. *контрольные вопросы к устному опросу по теме №8, кейс-задачи, БТЗ*	2	Выполнил задания практ. занятия № 8, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 8, доля правильных ответов более 50%
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде бланкового тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:
- задание в закрытой форме –2 балл,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование –36 баллов.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная учебная литература
8.1 Основная литература

1. Клименко, Л.В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие : [16+] / Л.В. Клименко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3130-1. – Текст : электронный.
2. Джанджугазова, Е.А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е.А. Джанджугазова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 191 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр.: с. 164-165. – ISBN 978-5-4499-1541-2. – Текст : электронный.

8.2 Дополнительная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.
2. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учебное пособие / Т.Л. Дашкова. – Москва : Дашков и К°, 2014. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823(дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02000-1. – Текст : электронный.
3. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. – Москва : Юнити, 2016. – 303 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02813-2. – Текст : электронный.
4. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403 (дата обращения: 16.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.

8.3 Перечень методических указаний

1. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов и магистрантов всех направлений подготовки очной и заочной формы обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. А.А. Колупаев. – Электрон. текстовые дан. (349 КБ). – Курск, 2017. – 40 с.
2. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине для

студентов направления подготовки 101100.62 «Гостиничное дело» / ЮЗГУ ; сост.: Л. А. Василевская, Т. В. Беспяткина. - Электрон. текстовые дан. (288 КБ). - Курск : ЮЗГУ, 2015. - 12 с.

8.4 Другие учебно-методические материалы

«Экономика»;
«Директор по маркетингу и сбыту»;
«Интернет-маркетинг».

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

32. http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека, интегрированная с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ)
33. http://biblioclub.ru – Эектронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»
34. http://library.kstu.kursk.ru – Электронная библиотека ЮЗГУ
35. http://www.prlib.ru/ – Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина
36. http://нэб.рф/ – Информационная система «Национальная электронная библиотека» ФГБУ РГБ
37. www.minfin.ru – Министерство Финансов РФ;
38. www.cbr.ru – Центральный банк Российской Федерации; www.economy.gov.ru/minec/main – Министерство экономического развития РФ;
39. www.nalog.ru – Федеральная налоговая служба РФ;
40. www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики;
41. www.ivr.ru – База данных инвестиционных проектов российских предприятий;
42. www.wto.ru – Официальный сайт центра экспертизы по вопросам ВТО;
43. www.eeg.ru – Экономическая экспертная группа. Аналитика и консалтинг по экономике и финансам;
44. www.olma.ru – Ежедневные обзоры мировой экономики, недельный экономический обзор, обзоры по отраслям и отдельным рынкам;
45. www.rbc.ru – Сайт информационного аналитического агентства РосБизнесКонсалтинг Интерес представляет аналитическая страница, где имеются ссылки на ежедневные макроэкономические обзоры различных организаций - всего порядка пятидесяти ссылок;
46. www.bloomberg.com – Сайт информационного аналитического агентства Bloomberg News. На сайте представлены самые свежие экономические новости. Он-лайн котировки ведущих мировых индексов и курсов валют. Среди достоинств сайта его оперативность - он-лайн котировки и самые свежие новости. Только для тех, кто хорошо знает английский;
47. www.beafnd.org – Фонд Бюро Экономического Анализа;

48. www.ereport.ru/ – Сайт, посвященный мировой экономике и мировым рынкам. Полезная информация по экономике разных стран мира, самые свежие экономические новости, экономические обзоры за последний месяц. Котировки фондовых индексов, цены на нефть и металлы, средние за последний месяц. Сайт регулярно обновляет экономические показатели ряда промышленно развитых стран мира - США, Японии, Еврозоны, Германии, Франции и Великобритании, России и Китая. Вся статистика разбита по странам или регионам. При формировании базы используются данные новостей, обзоров, публикаций и статистических отчетов ведущих мировых информационных и аналитических агентств. В разделе статьи находятся обзоры теоретического и практического характера, призванные улучшить понимание информации и новостей и экономических обзоров;
49. www.cefir.ru – Официальный сайт ЦЭФИР - Центра экономических и финансовых исследований;
50. http://trasa.ru/index.html – Сайт туристских маршрутов России;
51. http://worldgeo.ru/russia/reg46 – Карта Курской области;
52. http://sergys.narod.ru/RUS/geo.htm – Георгафия Курской области;
53. http://ecsocman.hse.ru/ – Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент";
54. www.aup.ru – Портал по менеджменту, маркетингу и рекламе, финансам, инвестициям, управлению персоналом, экономической теории. Бесплатные библиотеки по каждому разделу, форумы, Интернет-магазин;
55. ecsocman.edu.ru - Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент";
56. econline.h1.ru – Сайт представляет собой каталог ссылок на лучшие экономические и финансовые ресурсы сети Internet, как зарубежные, так и российские;
57. www.digitaleconomist.com – Сайт для студентов, содержащий учебные и тестовые материалы (на английском языке);
58. economicus.ru – Проект института "Экономическая школа" Разделы:
    - микроэкономика
    - макроэкономика
    - популярный российский учебник по микроэкономике в России, написан в 90-х годах В. М. Гальпериным.
    - Экономика и организация промышленности
    - Учебно-методические материалы для преподавателей микроэкономики, а также их студентов.
    - путеводитель по ресурсам Интернет, связанным с экономикой;
59. http://eup.ru/ – Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы/ Книги по всем экономическим дисциплинам на русском языке. Возможно сохранение html-версии;
60. www.cfin.ru – Internet-проект по корпоративным финансам. Здесь можно найти практически любую информацию, статьи, современные методики,

которыми важно владеть пользователям первичной экономической и финансовой информации, связанным с принятием решений;

61. www.econorus.org – Официальный сайт Новой экономической ассоциации;
62. www.expert-systems.com - Официальный сайт российской консалтинговой компании «Эксперт Системс», специализирующаяся на комплексных решениях для развития бизнеса, разработчик программы Project Expert.

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное усвоение учебной дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее изучения путем планомерной работы. Основными видами аудиторной работы при изучении дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» являются лекции и практические занятия.

Обучающийся должен активно участвовать в выполнении видов практических работ, определенных для данной дисциплины. В этой связи при проработке лекционного материала обучающиеся должны иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые вопросы учебного материала. Остальные осваиваются в ходе других видов занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» представлены в дидактически проработанной последовательности, что предусматривает логическую стройность курса и продуманную систему освоения обучающимися учебного материала, поэтому нельзя приступать к изучению последующих тем (разделов), не усвоив предыдущих. В ходе лекционных занятий студент должен конспектировать учебный материал, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия. Они предназначены для расширения и углубления знаний по учебной дисциплине, формирования умений и компетенций, предусмотренных стандартом.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в основной литературе и, желательно, в дополнительной литературе, используемой для расширения объема знаний по теме (разделу), в Интернет-ресурсах.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят презентации, доклады по отдельным темам дисциплины.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, устных и письменных ответов на контрольные вопросы по темам практических работ, уровню подготовки презентаций, докладов.

Преподаватель на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, контроль путем отработки студентами пропущенных лекции, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немыслима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» с целью освоения и закрепления компетенции, закрепленной за дисциплиной.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Маркетинг гостинично-ресторанного предприятия» − закрепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки поиска исторической информации.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Libreoffice операционная система Windows
Антивирус Касперского *(или ESETNOD)*

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованная аудитория.

Комплект мультимедийного оборудования 1: ноутбук ASUS X50VL PMDT2330/14/1024/Mb/160Gb; проектор inFocusIN24+, экран, аудиоколонки.

Комплект мультимедийного оборудования 2: ноутбук HP 250 Gb 15,6″ (HD i5-7200U/4Gb/DVD); проектор Benq MV533, экран, аудиоколонки.

13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	изменных	заменных	аннулированных	новых			