

СГПК	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ	СГПК
Форма	УМКД ► Унифицированные формы оформления ◀ УМКД	Форма

Министерство образования и науки Республики Коми

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«СЫКТЫВКАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИМЕНИ И.А. КУРАТОВА»

ОП.09 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

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

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ЦИКЛА **ОП**

Наименование дисциплины	ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ	
Нормативная основа составления рабочей программы	ФГОС СПО (приказ от 12 декабря 2022 г. № 1100 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство» (зарегистрировано в Минюсте России 24 января 2023 г. № 72111))	
Наименование специальности	43.02.16 Туризм и гостеприимство	
Квалификация выпускника	специалист по туризму и гостеприимству	
Фамилия, имя, отчество разработчика РПУД	Гаева Елена Витальевна	
в том числе:	Всего часов –	89
	Лекции –	41
	Лабораторные и практические занятия, включая семинары –	41
	Самостоятельная работа –	7
	Промежуточная аттестация	0
Вид аттестации –	Дифференцированный зачет	
Семестр аттестации –	6	

Цель: приобретение студентами необходимой квалификации для организации маркетинговой деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства; овладение приемами и методами принятия оптимальных решений для организации и реализации маркетинговой стратегии гостиничного предприятия.

Задачи: организовать систематическое и последовательное изучение рыночных возможностей посредством использования методологии маркетинговых исследований

изучить особенности функционирования различных типов рынков: потребительского, институционального (предприятий, посредников, государственных учреждений), международного

рассмотрение специфики планирования маркетинговой деятельности предприятия, организационные структуры маркетинговой службы и эффективность маркетинговой деятельности предприятия в целом

ПЦК 06.11.2024 11:35:03	УМКД ► УНИФИЦИРОВАННЫЕ ФОРМЫ ОФОРМЛЕНИЯ ◀ УМКД Аннотация рабочей программы учебной дисциплины	ГПОУ «СГПК» стр. 1 из 3
----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

Структура: паспорт рабочей программы учебной дисциплины;
структура и примерное содержание учебной дисциплины;
условия реализации учебной дисциплины;
контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Требования к умениям: планировать и прогнозировать продажи;
осуществлять мониторинг рынка туристских и гостиничных услуг;
выделять целевой сегмент клиентской базы;
сбирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг;
разрабатывать мероприятия по повышению лояльности потребителей;
выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж
оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;
определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;
разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.

Требования к знаниям: рынок гостиничных и туристских услуг;
способы управления доходами организации;
особенности спроса и предложения в гостиничном и туристском бизнесе;
особенности работы с различными категориями гостей;
методы управления продажами с учётом сегментации;
способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
методы максимизации доходов гостиницы;
критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
виды отчетности по продажам;
нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;
перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.

Изучение учебной дисциплины ОП.09 Основы маркетинга в туризме и гостеприимстве позволяет сформировать следующие компетенции:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

СГПК Форма	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ УМКД ► Унифицированные формы оформления ◀ УМКД	СГПК Форма
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	

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

ПК.1.1.	Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства
ПК. 1.2.	Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства
ПК 1.3.	Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства
ПК 2.2.	Координировать работу по реализации заказа

Содержание учебной дисциплины

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