

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МАРКЕТИНГ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Специальность: 43.02.16 Туризм

Квалификация выпускника: Специалист по туризму и  
гостеприимству

**Кострома  
2023**

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг индустрии гостеприимства» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство», приказ № 1100 от 12.12.2022г. (зарегистрировано в Минюсте России 24.01.2023 N 72111).

Разработал: Данилина М.В., доцент кафедры МКиТ, к.пс.н., доцент

Рецензенты: Пухачева Л.Л., директор ООО «Туркомпания «Водолей»

**ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:**

Заведующий кафедрой, осуществляющей выпуск по образовательной программе:

Беякова Е.Н., к.фил.н, доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 30.03.2023г.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: освоить технологии маркетинга индустрии гостеприимства, в том числе технологии организации продажи и продвижения гостиничных услуг.

Задачи дисциплины:

- овладеть технологиями проведения маркетингового исследования рынка гостиничных услуг;
- изучить основы продуктовой, ценовой политики индустрии гостеприимства;
- изучить основы и принципы сегментирования потребителей индустрии гостеприимства;
- освоить технологии анализа конкурентной среды в индустрии гостеприимства;
- изучить и уметь применять на практике технологии продажи гостиничных услуг;
- изучить и уметь применять на практике технологии продвижения гостиничных услуг.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции: ОК 01, ОК 02, ПК 1.2.

Код и содержание компетенции:

ОК 01 - Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Знать: способы решения задач профессиональной деятельности применительно к маркетингу индустрии гостеприимства.

Уметь: выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к маркетингу индустрии гостеприимства.

Владеть: навыками решения задач профессиональной деятельности применительно к маркетингу индустрии гостеприимства.

ОК 02 - Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Знать: современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности применительно к маркетингу индустрии гостеприимства.

Уметь: найти и проанализировать информацию для выполнения задач профессиональной деятельности применительно к маркетингу индустрии гостеприимства.

Владеть: навыками интерпретации информации и для выполнения задач профессиональной деятельности. применительно к маркетингу индустрии гостеприимства.

ПК 1.2. - Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

Знать:

- ✓ основы трудового законодательства РФ;
- ✓ основы организации, планирования и контроля деятельности сотрудников;
- ✓ ассортимент и характеристики предлагаемых туристских и гостиничных услуг;
- ✓ программное обеспечение деятельности организаций в сфере туризма и гостеприимства;

✓ основы делопроизводства.

Уметь: организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, в том числе взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов.

Владеть: навыками эффективной организации деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, в том числе осуществления организации и контроля работы сотрудников службы предприятия туризма и гостеприимства.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к части СПЦ.07 «Дисциплины модули» учебного плана. Изучается в 3 семестре 2-го года обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенной дисциплине ОУД.01.14 «Индивидуальный проект».

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин ОП.07 «Менеджмент в туризме и гостеприимстве» и ОП.04 «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса».

### 4. Объем дисциплины

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2,5
Общая трудоемкость в часах	92
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	51
Лекции	34
Практические занятия	17
Лабораторные занятия	
Практическая подготовка	
Самостоятельная работа в часах	27
Форма промежуточной аттестации	Экзамен (14ч контроль)

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	34
Практические занятия	17
Лабораторные занятия	
Консультации	2
Зачет/зачеты	
Экзамен/экзамены	0,35
Курсовые работы	
Курсовые проекты	
Практическая подготовка	
<b>Всего</b>	<b>53,35</b>

### 5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

#### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего	Аудиторные занятия	Самостоятельная работа
---	------------------------	-------	--------------------	------------------------

		з.е/час	Лекц.	Практ.	
1.	Концепция маркетинга индустрии гостеприимства	9,7	4,2	2,1	3,4
2.	Содержание и направленность маркетинговых исследований рынка индустрии гостеприимства	9,7	4,2	2,1	3,4
3.	Потребители и сегментация рынка гостиничных услуг	9,7	4,2	2,1	3,4
4.	Маркетинговая продуктовая политика предприятия индустрии гостеприимства	9,7	4,2	2,1	3,4
5.	Маркетинговая ценовая политика предприятия индустрии гостеприимства	9,7	4,2	2,1	3,4
6.	Маркетинговая сбытовая политика предприятия индустрии гостеприимства	9,7	4,2	2,1	3,4
7.	Маркетинговая коммуникативная политика предприятия индустрии гостеприимства	9,7	4,2	2,1	3,4
8.	Анализ деятельности конкурентов на рынке гостиничных услуг	9,7	4,2	2,1	3,4
	Экзамен (контроль)	14			
	Итого:	2,5/92 ч.	34	17	27

## 5.2. Содержание:

### ***Тема 1. Концепция маркетинга индустрии гостеприимства***

Развитие теории и практики маркетинга. Уровни и координация маркетинга в индустрии гостеприимства. Маркетинг гостиничных услуг на международном и национальном уровне. Гостиничное предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга.

Современные тенденции развития маркетинга предприятий индустрии гостеприимства. Основные условия применения и принципы маркетинга на рынке гостиничных услуг. Технологии реализации концепции маркетинга на предприятии индустрии гостеприимства.

### ***Тема 2. Содержание и направленность маркетинговых исследований рынка индустрии гостеприимства***

Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований на рынке гостиничных услуг. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формы организации и направления маркетинговых исследований.

### ***Тема 3. Потребители и сегментация рынка гостиничных услуг***

Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка. Признаки сегментации и выбор целевого рынка.

Критерии сегментации потребителей гостиничных услуг. Факторы, влияющие на потребителей гостиничных услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении гостиничных услуг.

### ***Тема 4. Маркетинговая продуктовая политика предприятия индустрии гостеприимства***

Формирование продуктовой стратегии. Оптимизация структуры разрабатываемых и предлагаемых гостиничных услуг. Основные этапы разработки продукта-новинки. Внедрение на рынок нового гостиничного продукта/услуги.

### ***Тема 5. Маркетинговая ценовая политика предприятия индустрии гостеприимства***

Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия. Внешние и внутренние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Выбор методов и определение стратегии ценообразования.

### ***Тема 6. Маркетинговая сбытовая политика предприятия индустрии гостеприимства***

Место и роль сбыта в формировании сбытовой стратегии. Задачи сбытовой политики предприятия индустрии гостеприимства. Каналы сбыта гостиничного продукта. Выбор посредников, форма работы с ними.

### ***Тема 7. Маркетинговая коммуникативная политика предприятия индустрии гостеприимства***

Роль коммуникаций в маркетинговой деятельности. Сущность маркетинговых коммуникаций. Элементы комплекса коммуникаций. Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникаций. Выбор структуры и комплекса коммуникаций.

### ***Тема 8. Анализ деятельности конкурентов на рынке гостиничных услуг***

Цели и задачи оценки конкурентной среды рынка гостиничных услуг. Элементы анализа конкурентов. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия по показателю доли рынка гостиничных услуг. Формирование конкурентной карты рынка гостиничных услуг.

## **6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

## 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Форма контроля
1.	Концепция маркетинга индустрии гостеприимства	Современные тенденции развития маркетинга индустрии гостеприимства	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
2.	Содержание и направленность маркетинговых исследований рынка индустрии гостеприимства	Формы организации и направления маркетинговых исследований	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
3.	Потребители и сегментация рынка гостиничных услуг	Критерии сегментации потребителей гостиничных услуг. Факторы, влияющие на потребителей гостиничных услуг.	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических кейсовых заданий,
4.	Маркетинговая продуктовая политика предприятия индустрии гостеприимства	Основные этапы разработки продукто-новинки. Внедрение на рынок нового гостиничного продукта.	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических кейсовых заданий.
5.	Маркетинговая ценовая политика предприятия индустрии гостеприимства	Постановка целей ценообразования. Выбор методов и определение стратегии ценообразования.	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических кейсовых заданий.
6.	Маркетинговая сбытовая политика предприятия индустрии гостеприимства	Каналы сбыта гостиничных услуг. Выбор посредников, форма работы с ними.	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
7.	Маркетинговая коммуникативная политика предприятия индустрии гостеприимства	Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникаций. Выбор структуры и комплекса коммуникаций.	8,83	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий
8.	Анализ деятельности конкурентов на рынке гостиничных услуг	Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия по показателю доли	3,4	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий

		рынка. Формирование конкурентной карты рынка гостиничных услуг.		
9.	Повтор всех тем курса	Подготовка к экзамену	14	Экзамен
	Итого:		27 (14)	

## 6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Специфика маркетинга индустрии гостеприимства.
2. Особенности маркетинга в деятельности предприятия индустрии гостеприимства.
3. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда гостиничного предприятия.
4. Характеристика различных методов полевого и кабинетного маркетингового исследования.
5. Маркетинговые возможности и потенциал предприятия индустрии гостеприимства.
6. Характеристика комплексного изучения рынка гостиничных услуг.
7. Маркетинговые решения при разработке гостиничного продукта/услуг.
8. Методы и стратегии маркетинговой ценовой политики предприятия индустрии гостеприимства.
9. Выставочная деятельность и ее роль в продвижении предприятия индустрии гостеприимства.
10. Особенности потребителей и сегментация рынка.
11. Сбытовая и коммуникативная политика предприятия индустрии гостеприимства.
12. Анализ деятельности конкурентов на рынке гостиничных услуг.

## 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### *а) основная:*

1. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 303 с.
2. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учебное пособие / Т.Л. Дашкова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 72 с.
3. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с.
4. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.
5. Бутко И. И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; [под ред. И. И. Бутко]. - М. : Дашков и К" : Наука-Спектр, 2010. – 416 с.

### *б) дополнительная:*

1. Котлер Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮнитиДана, 2015. - 1071 с.
2. Яковлев П.П. Маркетинг в сфере туризма / П.П. Яковлев. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 78 с.

3. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. / Мазилкина Елена Ивановна. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2015. - 300 с.
4. Сарафанова Е. В. Маркетинг в туризме : учеб. пособие для сред.-проф. образов. по спец. "Туризм" / Сарафанова Елена Витальевна, А. В. Яцук. - Москва : Альфа-М; ИНФРА-М, 2011. - 240 с.
5. Бутко И. И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; [под ред. И. И. Бутко]. - М. : Дашков и К" : Наука-Спектр, 2009. - 416 с.
6. Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] : допущено УМО / Волков, Юрий Федорович. - Изд. 2-е. - Ростов-наДону : Феникс, 2009. - 637 с.
7. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : [учеб. пособие] / Дурович, Александр Петрович. - Минск : Новое знание, 2007. - 496 с.
- 8.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Предполагается создание учебного курса *в системе СДО* со следующими элементами:

- Элемент «Лекции»;
- Элемент «Практические занятия»;
- Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

*Информационно-образовательные ресурсы:*

1. <http://marketopedia.ru/tags/%D6/> - Маркетопедия.
2. <http://www.bma.ru/> -Библиотека маркетинга.
3. <http://www.marketing.spb.ru/>-Энциклопедия маркетинга.
4. <http://www.ram.ru> Российская ассоциация маркетинга.
5. On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru) – Маркетолог.

*Электронные библиотечные системы:*

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZnaniUM.COM» <http://znanium.com>

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебный корпус «В1», ауд. №34	Аудитория для лекционных и практических занятий. Число посадочных мест - 46. Доска меловая. Имеется мультимедиа-проектор и экран.	
Учебный корпус «В1», ауд. № 16. Компьютерный класс	Аудитория для практических/лабораторных занятий. Число посадочных мест - 20 с выходом в Интернет.	DreamSpark Premium (поставщик ООО Форвард Софт Бизнес

