

Подписано электронной подписью:  
Вержицкий Данил Григорьевич  
Должность: Директор КГПИ КемГУ  
Дата и время: 2025-04-23 00:00:00  
471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Кемеровский государственный университет»

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт

Факультет \_\_\_\_\_ информатики, математики и экономики \_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ:

Декан ФИМЭ

Фомина А.В.

« 16 » января 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**К.М.06.04 Маркетинг организаций сферы гостеприимства и  
общественного питания**

Направление

**43.03.03 Гостиничное дело**

Направленность (профиль) подготовки

Гостиничная деятельность

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Заочная

год набора 2022

Новокузнецк 2025

## Оглавление

|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 Цель дисциплины .....                                                                                                  | 3  |
| 1.1 Формируемые компетенции .....                                                                                        | 3  |
| 1.2 Индикаторы достижения компетенций .....                                                                              | 3  |
| 1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине .....                                                                     | 4  |
| 2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации .....                         | 4  |
| 3 Учебно-тематический план и содержание дисциплины .....                                                                 | 5  |
| 3.1 Учебно-тематический план .....                                                                                       | 5  |
| 3.2 Содержание занятий по видам учебной работы .....                                                                     | 6  |
| 4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации ..... | 7  |
| 5 Материально-техническое, программное и учебно-методическое обеспечение дисциплины .....                                | 8  |
| 5.1 Учебная литература .....                                                                                             | 8  |
| 5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины .....                                                   | 9  |
| 5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы .....                                   | 10 |
| 6 Иные сведения и (или) материалы .....                                                                                  | 10 |
| 6.1 Примерные темы и варианты письменных учебных работ .....                                                             | 10 |
| 6.2 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации .....                                              | 10 |

## 1 Цель дисциплины

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы бакалавриата (далее - ОПОП): ОПК-4. Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1

### 1.1 Формируемые компетенции

Таблица 1 - Формируемые дисциплиной компетенции

| Наименование вида компетенции | Наименование категории (группы) компетенций | Код и название компетенции                                                                                                                          |
|-------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Обще-профессиональная         |                                             | ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания |

### 1.2 Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2 – Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

| Код и название компетенции                                                                                                                          | Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Дисциплины и практики, формирующие компетенцию по ОПОП                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания | ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов.<br>ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий.<br>ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет. | Б1.О.03 География туризма<br>Б1.О.19 Обслуживание особых категорий клиентов в гостиничном комплексе<br>Б1.О.20 Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания<br>Б2.О.03(Пд) Преддипломная<br>Б3.01(Д) Выпускная квалификационная работа |

### 1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине

Таблица 3 – Знания, умения, навыки, формируемые дисциплиной

| Код и название компетенции                                                                                                                          | Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания | ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов.<br>ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий.<br>ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет. | <b>Знать:</b><br>- методологию проведения анализа рынка<br>- типы потребителей и модели потребительского поведения<br>- виды онлайн платформ для продажи товаров и услуг сферы гостеприимства и общественного питания<br>- методы составления медиапланов и планов продвижения<br><b>Уметь:</b><br>- проводить конкурентный анализ, сегментирование рынка, анализ потребительских предпочтений<br>- использовать интернет-коммуникации, в том числе технологии маркетинга в социальных сетях для продажи и продвижения гостиничного продукта и услуг предприятий общественного питания<br><b>Владеть:</b><br>- современными методами мониторинга рынка<br>- методиками продвижения организаций сферы гостеприимства и общественного питания<br>- онлайн-технологиями для продажи товаров и услуг сферы гостеприимства |

### 2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации

Таблица 4 – Объем и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий

| Общая трудоёмкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах  | Объём часов по формам обучения | Объём часов по формам обучения |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 1 Общая трудоёмкость дисциплины                                                     |                                | <b>288</b>                     |
| 2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего) |                                | 40                             |
| Аудиторная работа (всего):                                                          |                                | 40                             |
| в том числе:                                                                        |                                |                                |
| лекции                                                                              |                                | 18                             |
| практические занятия, семинары                                                      |                                |                                |
| практикумы                                                                          |                                | 22                             |
| лабораторные работы                                                                 |                                |                                |
| в интерактивной форме                                                               |                                |                                |
| в электронной форме                                                                 |                                |                                |
| Внеаудиторная работа (всего):                                                       |                                | 235                            |

| Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах                                                                           | Объём часов по формам обучения | Объём часов по формам обучения |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
|                                                                                                                                                              |                                |                                |
| в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем                                                                                              |                                |                                |
| подготовка курсовой работы /контактная работа <sup>1</sup>                                                                                                   |                                |                                |
| групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем) |                                |                                |
| творческая работа (эссе)                                                                                                                                     |                                |                                |
| 3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)                                                                                                                 |                                | 235                            |
| 4 Промежуточная аттестация обучающегося – Зачет, экзамен                                                                                                     |                                | 13                             |

### 3 Учебно-тематический план и содержание дисциплины

#### 3.1 Учебно-тематический план

Учебно-тематический план для заочной формы обучения (ЗФО)

| № недели п/п | Разделы и темы дисциплины по занятиям                                                          | Общая трудоём-<br>кость (часов) | Виды учебных занятий, включая самостоя-<br>тельную работу обучающихся и трудоемкость |                         |                                            | Формы те-<br>кущего кон-<br>троля успе-<br>ваемости |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
|              |                                                                                                |                                 | (в часах)                                                                            |                         |                                            |                                                     |
|              |                                                                                                |                                 | аудиторные                                                                           |                         | самостоятельная<br>работа обучаю-<br>щихся |                                                     |
|              |                                                                                                |                                 | учебные занятия                                                                      |                         |                                            |                                                     |
|              |                                                                                                | всего                           | лекции                                                                               | практические<br>занятия |                                            |                                                     |
| 1            | Особенности марке-<br>тинга сферы гостепри-<br>имства и обществен-<br>ного питания             | 48                              | 2                                                                                    | 4                       | 42                                         | Решение за-<br>дач                                  |
| 2            | Рынок индустрии гос-<br>теприимства и обще-<br>ственного питания                               | 66                              | 4                                                                                    | 8                       | 54                                         | Решение за-<br>дач                                  |
| 3            | Продуктовая политика                                                                           | 66                              | 4                                                                                    | 6                       | 56                                         | Решение за-<br>дач                                  |
| 4            | Ценообразование в<br>сфере гостеприимства<br>и общественного пи-<br>тания                      | 60                              | 4                                                                                    | 4                       | 52                                         | Решение за-<br>дач                                  |
| 5            | Каналы распределения<br>товаров и услуг в сфере<br>гостеприимства и об-<br>щественного питания | 62                              | 4                                                                                    | 6                       | 52                                         | Решение за-<br>дач                                  |
| 6            | Продвижение товаров<br>и услуг индустрии гос-<br>теприимства и обще-<br>ственного питания      | 77                              | 4                                                                                    | 8                       | 65                                         | Решение за-<br>дач                                  |

<sup>1</sup> Часы, выделенные в УП на курсовое проектирование в контактной форме (3 часа)

| № недели п/п | Разделы и темы дисциплины по занятиям | Общая трудоём-<br>кость<br>(часов) | Виды учебных занятий, включая самостоя-<br>тельную работу обучающихся и трудоемкость |        |                                            | Формы те-<br>кущего кон-<br>троля успе-<br>ваемости |
|--------------|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
|              |                                       |                                    | (в часах)                                                                            |        |                                            |                                                     |
|              |                                       |                                    | аудиторные                                                                           |        | самостоятельная<br>работа обучаю-<br>щихся |                                                     |
|              |                                       |                                    | учебные занятия                                                                      |        |                                            |                                                     |
|              |                                       |                                    | всего                                                                                | лекции |                                            |                                                     |
|              | Промежуточная атте-<br>стация         | 13                                 |                                                                                      |        |                                            | Зачет. экза-<br>мен                                 |
|              | Итого                                 | 288                                | 18                                                                                   | 22     | 235                                        |                                                     |

## 3.2 Содержание занятий по видам учебной работы

Таблица 6 – Содержание дисциплины

| № п/п                                  | Наименование темы (раздела) дисциплины                                              | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Содержание лекционного курса</i>    |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 1                                      | Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания                 | Предмет и задачи курса.                                                                                                                                                                                                                                    |
| 2                                      | Рынок индустрии гостеприимства и общественного питания                              | Потребители услуг индустрии гостеприимства и общественного питания, потребительское поведение, определение целевых рынков, конкурентный анализ                                                                                                             |
| 3                                      | Продуктовая политика                                                                | Виды товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания, мультиаттрибутивная модель товара. Позиционирование.                                                                                                                                  |
| 4                                      | Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания                      | Цена как элемент комплекса маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания. Ценообразование. Система скидок. Маркетинговые функции цены.                                                                                                         |
| 5                                      | Каналы распределения товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания | Каналы распределения. Структура каналов распределения. Выбор посредников.                                                                                                                                                                                  |
| 6                                      | Продвижение товаров и услуг индустрии гостеприимства и общественного питания        | Система маркетинговых коммуникаций. Реклама, связи с общественностью, прямые продажи, стимулирование сбыта, брендинг, интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж. Коммуникации в Интернете                                                 |
| <i>Содержание практических занятий</i> |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 1                                      | Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания                 | Специфические черты маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания                                                                                                                                                                                |
| 2                                      | Рынок индустрии гостеприимства и общественного питания                              | Понятие анализа рынка, ситуационный анализ рынка. Воздействие на функционирование предприятия со стороны государства, общества, экономических институтов, НТП. Анализ внешней среды организации, ее ключевых элементов и оценка их влияния на организацию. |
| 3                                      | Продуктовая политика                                                                | Разработка нового товара, упаковка, нейминг, бренд. Мультиаттрибутивная модель Котлера. Определение конкурентного преимущества, ценностное предложение, треугольник и карты позиционирования компании                                                      |
| 4                                      | Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания                      | Характеристика и оценка ценовой политики выбранного предприятия                                                                                                                                                                                            |

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                              | Содержание                                                       |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
|       | ственного питания                                                                   |                                                                  |
| 5     | Каналы распределения товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания | Онлайн агрегаторы в сфере гостеприимства и общественного питания |
| 6     | Продвижение товаров и услуг индустрии гостеприимства и общественного питания        | Брендинг и продвижение предприятий сферы гостеприимства          |

#### 4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 5.

Таблица 7 - Шкала и показатели оценивания результатов учебной работы обучающихся по видам в балльно-рейтинговой системе (БРС)

| Учебная работа (виды)                                                                                            | Сумма баллов                               | Виды и результаты учебной работы | Оценка в аттестации                                                                                                                                                                                                                 | Баллы          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Текущая учебная работа ОФО</b>                                                                                |                                            |                                  |                                                                                                                                                                                                                                     |                |
| <b>ОФО</b> Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)              | <b>60</b> (100% /баллов приведенной шкалы) | Лекционные занятия               | <b>0,1 балла</b> посещение 1 лекционного занятия                                                                                                                                                                                    | 5              |
|                                                                                                                  |                                            | Практические занятия             | <b>0,5 балл</b> - выполнение работы на 51-85%<br><b>1 балл</b> – существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 85,1-100%                                                             | 46-75          |
| <b>Текущая учебная работа ЗФО</b>                                                                                |                                            |                                  |                                                                                                                                                                                                                                     |                |
| <b>ЗФО</b> Текущая учебная работа в семестре (выполнение самостоятельных конспектов, контрольной работы и теста) | <b>60</b> (100% /баллов приведенной шкалы) | Лекционные занятия               | <b>0,5 баллов</b> посещение 1 лекционного занятия                                                                                                                                                                                   | 11             |
|                                                                                                                  |                                            | Практические занятия             | <b>10 балла</b> - посещение 1 практического занятия и выполнение работы на 51-85%<br><b>15 балла</b> – посещение 1 занятия и существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 85,1-100% | 40-69          |
| <b>Итого по текущей работе в семестре</b>                                                                        |                                            |                                  |                                                                                                                                                                                                                                     | <b>51 - 80</b> |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                                                                                  |                                            |                                  |                                                                                                                                                                                                                                     |                |
| Промежуточная аттестация (эк-замен)                                                                              | <b>40</b> (100% /баллов приведенной шкалы) | Вопрос 1.                        | <b>5 баллов</b> (пороговое значение)<br><b>10 баллов</b> (максимальное значение)                                                                                                                                                    | 5 - 10         |
|                                                                                                                  |                                            | Вопрос 2.                        | <b>5 баллов</b> (пороговое значение)<br><b>10 баллов</b> (максимальное значение)                                                                                                                                                    | 5 – 10         |

|                                                                                        |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Итого по промежуточной аттестации (экзамен)</b>                                     | 10-20       |
| <b>Суммарная оценка по дисциплине:</b> Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации | 61 – 100 б. |

В промежуточной аттестации оценка выставляется в ведомость в 100-балльной шкале и в буквенном эквиваленте (таблица 8):

Таблица 8. Оценка уровня усвоения дисциплины и компетенций

| Критерии оценивания компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Уровень усвоения дисциплины и компетенций | Итоговая оценка                  | Оценка по 100-балльной шкале |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Обучающийся не владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, демонстрирует отрывочные знания, не способен решать практические профессиональные задачи, допускает множественные существенные ошибки в ответах, не умеет интерпретировать результаты и делать выводы.                                                                              | первый                                    | Не зачтено (неудовлетворительно) | Менее 51 балла               |
| Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, фрагментарно способен решать практические профессиональные задачи, допускает несколько существенных ошибок в решениях, может частично интерпретировать полученные результаты, допускает ошибки в выводах.                                                                     | пороговый                                 | Зачтено (удовлетворительно)      | 51-65                        |
| Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен решать практические профессиональные задачи, но допускает отдельные несущественные ошибки в интерпретации результатов и выводах.                                                                                                                  | повышенный                                | Зачтено (хорошо)                 | 66-85                        |
| Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических профессиональных задач. Правильно интерпретирует полученные результаты и делает обоснованные выводы. | продвинутый                               | Зачтено (отлично)                | 86-100                       |

## 5 Материально-техническое, программное и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Учебная литература

#### Основная учебная литература

1. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091138> (дата обращения: 18.01.2020).

2. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г.; Под ред. Богданова Е.И. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 214 с.- (Высшее



образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010337-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002382> (дата обращения: 18.01.2020)

#### Дополнительная литература

1. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 316 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002448> (дата обращения: 08.01.2020)

2. Баумгартен, Л. В. Менеджмент в туристской индустрии : учебник / Л.В. Баумгартен. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 236 с. - ISBN 978-5-9558-0480-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/976501> (дата обращения: 18.01.2020)

3. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : практикум / Л.В. Баумгартен. — М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 216 с. - ISBN 978-5-9558-0425-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010033> (дата обращения: 18.01.2020)

## 5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия по дисциплине проводятся в учебных аудиториях НФИ КемГУ согласно таблице 9.

Таблица 9 - Учебные аудитории и программное обеспечение дисциплины

| Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>401</b> Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения: -занятий лекционного типа.</p> <p><b>Специализированная (учебная) мебель:</b> доска меловая, кафедра, столы, стулья.</p> <p><b>Оборудование:</b> <i>стационарное</i> - компьютер, экран, проектор, акустическая система, микрофон преподавателя.</p> <p><b>Используемое программное обеспечение:</b> MSWindows (Microsoft Imagine Premium 3 year по лицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО).</p> <p><b>Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.</b></p>                                                                                   | <p>654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Metallurgov, д. 19</p>                                    |
| <p><b>403</b> Учебная аудитория для проведения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- занятий семинарского (практического) типа;</li> <li>- групповых и индивидуальных консультаций;</li> <li>- текущего контроля и промежуточной аттестации.</li> </ul> <p><b>Специализированная (учебная) мебель:</b> доска меловая, столы, стулья.</p> <p><b>Оборудование для презентации учебного материала:</b> <i>переносные</i> - ноутбук, экран, проектор.</p> <p><b>Используемое программное обеспечение:</b> MSWindows (Microsoft Imagine Premium 3 year по лицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО).</p> | <p>654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Metallurgov, д. 19</p>                                    |

|                                                                                                              |                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом</b> | <b>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом</b> |
| Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.                                                                      |                                                                                                                        |

### 5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российский союз туриндустрии – <http://www.rata.ru/>
2. Российская гостиничная ассоциация. – <http://www.rha.ru/>
3. Федерация рестораторов и отельеров. – <http://www.new.frio.ru/>
4. Всемирная туристская организация - WTO-UN. <http://www.unwto.org/index.php> (дата обращения 5.10.2019).
5. Всемирная ассоциация гостиниц и ресторанов - International Hotels & Restaurants Association. - <https://www.iso.org/ru/organization/8774.html>

## 6 Иные сведения и (или) материалы.

### 6.1 Примерные темы и варианты письменных учебных работ

Самостоятельная работа студентов осуществляется в следующих формах:

- подготовка к практическим занятиям;
- самостоятельное изучение тем дисциплины (электронное обучение);
- подготовка к текущим контрольным мероприятиям (контрольные работы, тестовые опросы);
- решение задач

### 6.2 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Таблица 10 - Примерные теоретические вопросы и практические задания / задачи к экзамену

| <b>Разделы и темы</b>                                               | <b>Примерные теоретические вопросы</b>                                                                                                             | <b>Примерные практические задания / задачи</b> |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания | 1. Сфера применения маркетинга.<br>2. Основные этапы развития маркетинга<br>3. Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания | Задание № 1 (см. после таблицы)                |

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Рынок индустрии гостеприимства и общественного питания                              | <p>4. Определение маркетинговой информационной системы, её основное назначение.</p> <p>5. Система маркетинговой информации.</p> <p>6. Система маркетинговых исследований.</p> <p>7. Факторы маркетинговой среды.</p> <p>8. Анализ конкуренции.</p> <p>9. Признаки сегментирования рынка.</p> <p>10. Методы и основные этапы сегментирования рынка</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Задание № 2 ( см. после таблицы)</p> <p>Задание № 3 ( см. после таблицы)</p> |
| Продуктовая политика                                                                | <p>11. Позиционирование товара на рынке.</p> <p>12. Маркетинговые инструменты товарной политики.</p> <p>13. Классификация товаров.</p> <p>14. Модели представления коммерческих характеристик товара.</p> <p>15. Жизненный цикл товара.</p> <p>16. Ассортимент и номенклатура.</p> <p>17. Разработка комплекса маркетинга.</p> <p>18. Задачи товарной политики и пути их решения.</p> <p>19. Марка и марочная политика.</p> <p>20. Подкрепление товара.</p> <p>21. Управление жизненным циклом товара. Создание инновационных товаров.</p> <p>22. Создание модифицированного товара.</p> <p>23. Управление ассортиментом товаров.</p> <p>24. Методы анализа ассортимента</p> | Задание № 5 (см. после таблицы)                                                 |
| Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания                      | <p>25. Классификация видов цен, применяемых в экономике.</p> <p>26. Структура цен.</p> <p>27. Задачи ценовой политики и факторы, влияющие на ценовое предложение производителя.</p> <p>28. Ценовая политика, ценовая стратегия и ценовая тактика предприятия.</p> <p>29. Ценовая политика в контексте общей стратегии маркетинга.</p> <p>30. Постановка целей ценообразования.</p> <p>31. Анализ затрат.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                 | Задание № 3 ( см. после таблицы)                                                |
| Каналы распределения товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания | <p>32. Характеристики канала распределения.</p> <p>33. Типы торговых посредников.</p> <p>34. Задачи сбытовой политики.</p> <p>35. Сбытовая политика в контексте общей стратегии маркетинга.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Задание № 7 ( см. после таблицы)                                                |
| Продвижение товаров и услуг индустрии гостеприимства и общественного питания        | <p>36. Маркетинговые инструменты коммуникационной политики.</p> <p>37. Реклама, её основные характеристики и задачи.</p> <p>38. Средства рекламы.</p> <p>39. Каналы распространения рекламы.</p> <p>40. Стимулирование сбыта.</p> <p>41. Персональная продажа.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Задание № 6 ( см. после таблицы)                                                |

|  |                                                                   |  |
|--|-------------------------------------------------------------------|--|
|  | 42. Паблик рилейшнз.<br>43. Содержание коммуникационной политики. |  |
|--|-------------------------------------------------------------------|--|

### *Задание 1.*

Рассмотрите известное вам предприятие сферы гостеприимства и определите, какие субъекты рыночной деятельности являются для него:

- поставщиками;
- маркетинговыми посредниками;
- конкурентами;
- клиентами;
- контактными аудиториями.

По каждой категории участников микросреды выбранного вами предприятия приведите несколько примеров. Опишите характер отношений анализируемой фирмы с различными организациями и другими фирмами. Чем эти отношения отличаются? Обоснуйте принадлежность каждой из приведенных фирм к определенной группе представителей микросреды.

### *Задание 2.*

Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных, технологических, социальных, культурных, политических и международных необходимо учитывать:

- элитному ресторану
- кафе
- столовой
- гостинице

В каждой группе факторов укажите 5-7 наиболее важных. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных производителей, сравните полученные результаты. Попробуйте объяснить, почему для каждого предприятия результаты ранжирования могут быть разными.

### *Задание 3.*

При разработке программы внешнеэкономических связей фирмы обычно учитываются следующие показатели:

- 1) адаптация технологии к местным условиям;
  - 2) внедрение более эффективных методов производства;
  - 3) возможная доля рынка;
  - 4) воспитание руководителей из местного населения;
  - 5) ежегодный рост прибыли;
  - 6) контроль качества и уровня издержек;
  - 7) минимизация налогообложения;
  - 8) общий объем продаж;
  - 9) оптимальная структура капитала;
  - 10) прибыль на основные фонды, на инвестированный капитал;
  - 11) прирост доли рынка;
  - 12) прирост объема продаж;
  - 13) соблюдение местного законодательства по охране окружающей среды;
  - 14) соблюдение местных законов, обычаев, этических стандартов;
  - 15) уменьшение потерь из-за колебаний валютных курсов;
  - 16) уровень прибыли;
  - 17) финансирование зарубежных филиалов за счет их прибыли и местных займов;
  - 18) эффект, достигаемый благодаря международной интеграции производства.
- Определите значимость вышеприведенных показателей международной деятельности.

сти фирмы, занимающейся развитием сети гостиниц. Какие дополнительные показатели необходимо ввести при формировании программы внешнеэкономических связей фирмы?

*Задание 4.*

Разработайте, возможно, более полный перечень признаков сегментирования потребителей, которые целесообразно учитывать для успешного бизнеса:

- элитному ресторану
- кафе
- столовой
- гостинице

Какая дополнительная информация для сегментирования потребителей названных товаров вам может пригодиться?

*Задание 5.*

На конкретном примере предприятия общественного питания поясните понятия: товар по замыслу, товар в реальном исполнении и товар с подкреплением.

*Задание 6.*

Вспомните хорошо известные на российском рынке гостиницы или рестораны и их товарные знаки. Можно ли считать их названия брендами? Придумайте или обоснуйте название, разработайте товарный знак для выбранного вами предприятия (фирмы).

*Задание 7*

«SWOT-анализ». Проведите SWOT-анализ предприятия сферы гостеприимства, определите ее сильные и слабые стороны, возможности и угрозы внешней среды, оцените их и определите стратегические альтернативы. Для проведения SWOT-анализа можно воспользоваться следующей матрицей (табл.)

Таблица – Матрица SWOT-анализа

|                    | <i>Сильные стороны</i>      | <i>Слабые стороны</i>       |
|--------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <i>Возможности</i> | Стратегические альтернативы | Стратегические альтернативы |
| <i>Угрозы</i>      | Стратегические альтернативы | Стратегические альтернативы |