

Подписано электронной подписью:  
Вержицкий Данил Григорьевич  
Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»  
Дата и время: 2024-02-21 00:00:00  
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кемеровский государственный университет»  
Новокузнецкий институт (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Кемеровский государственный университет»  
Факультет информатики, математики и экономики



## **Рабочая программа дисциплины**

### **Б1.О.20 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 2019

Новокузнецк 2019

## Лист внесения изменений

в РПД Б1.О.20 Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания  
(код по учебному плану, название дисциплины)

### Сведения об утверждении:

утверждена Ученым советом факультета информатики, математики и экономики  
(протокол Ученого совета факультета № 9 от 14.02.2019)

для ОПОП 2019 год набора на 2019 / 2020 учебный год  
по направлению подготовки 43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО  
(код и название направления подготовки / специальности)

направленность (профиль) Гостиничная деятельность

Одобрена на заседании методической комиссии факультета информатики, математики и экономики  
(протокол методической комиссии факультета № 6 от 14.02.2019)

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры экономики и управления

протокол № 6 от 07.02.2019 г. Ю.Н. Соина-Кутищева /

(Ф. И.О. зав. кафедрой)

(Подпись)



### Переутверждение на учебный год:

на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ учебный год

утверждена Ученым советом факультета \_\_\_\_\_

(протокол Ученого совета факультета № \_\_ от \_\_.\_\_.201\_\_ г.

Одобрена на заседании методической комиссии факультета \_\_\_\_\_

протокол методической комиссии факультета № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_ г.

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры \_\_\_\_\_

протокол № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_ г. \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(Ф. И.О. зав. кафедрой)

(Подпись)

на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ учебный год

утверждена Ученым советом факультета \_\_\_\_\_

(протокол Ученого совета факультета № \_\_ от \_\_.\_\_.201\_\_ г.

Одобрена на заседании методической комиссии факультета \_\_\_\_\_

протокол методической комиссии факультета № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_ г.

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры \_\_\_\_\_

протокол № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_ г. \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(Ф. И.О. зав. кафедрой)

(Подпись)

на 20\_\_\_ / 20\_\_\_ учебный год

утверждена Ученым советом факультета \_\_\_\_\_

(протокол Ученого совета факультета № \_\_ от \_\_.\_\_.201\_\_ г.

Одобрена на заседании методической комиссии факультета \_\_\_\_\_

протокол методической комиссии факультета № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_ г.

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры \_\_\_\_\_

протокол № \_\_ от \_\_.\_\_.20\_\_ г. \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(Ф. И.О. зав. кафедрой)

## Оглавление

1 Цель дисциплины.....4

1.1	Формируемые компетенции.....	4
1.2	Индикаторы достижения компетенций.....	4
1.3	Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине.....	4
2	Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий.....	6
	Формы промежуточной аттестации.....	6
3.	Учебно-тематический план и содержание дисциплины.....	6
3.1	Учебно-тематический план.....	6
3.2.	Содержание занятий по видам учебной работы.....	7
4	Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.....	8
5	Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	10
5.1	Учебная литература.....	10
5.2	Программное и информационное обеспечение освоения дисциплины.....	11
5.2.1	Программное обеспечение.....	11
5.2.2	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	11
	11	
	Иные сведения и (или) материалы.....	11
6.1.	Примерные темы и варианты письменных учебных работ.....	11
6.2	Примерные вопросы и задания для промежуточной аттестации.....	13
6.2.1.	Экзамен.....	13
	Сведения о разработке и утверждении рабочей программы дисциплины.....	15

## 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	Маркетинг	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. ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий. ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет.	Б1.О.03 География туризма Б1.О.19 Обслуживание особых категорий клиентов в гостиничном комплексе <b>Б1.О.20 Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</b> Б2.О.03(Пд) Преддипломная 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	ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг	<b>Знать:</b> - методологию проведения анализа рынка

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

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

Таблица 4 – Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объем часов по формам обучения
	ЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	<b>396</b>
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	58
Аудиторная работа (всего):	58
в том числе:	
лекции	22
практические занятия, семинары	36
практикумы	
лабораторные работы	
в интерактивной форме	14
в электронной форме	
Внеаудиторная работа (всего):	321
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)	321
4 Промежуточная аттестация обучающегося - экзамен	17

## 3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины

### 3.1 Учебно-тематический план

Таблица 5 - Учебно-тематический план для заочной формы обучения (ЗФО)

№ недели п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Общая трудоемкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
			аудиторные учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся	
			всеобщее	лекции		
1.	Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания	60	2	6	52	Решение задач
2.	Рынок индустрии гостеприимства и общественного питания	60	4	6	52	Решение задач
3.	Продуктовая политика	62	4	6	52	Решение задач

<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 трудоёмкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоёмкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
			аудиторные учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся	
			лекции	практические занятия		
4.	Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания	60	4	6	52	Решение задач
5.	Каналы распределения товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	60	4	6	52	Решение задач
6	Продвижение товаров и услуг индустрии гостеприимства и общественного питания	62	4	6	63	Решение задач
		18				Экзамен
	<b>Итого</b>	<b>396</b>	<b>22</b>	<b>36</b>	<b>321</b>	

### 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 в сфере гостеприимства и общественного питания	Предмет и задачи курса.
	Рынок индустрии гостеприимства и общественного питания	Потребители услуг индустрии гостеприимства и общественного питания, потребительское поведение, определение целевых рынков, конкурентный анализ
	Продуктовая политика	Виды товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания, мультиатрибутивная модель товара. Позиционирование и определение конкурентного преимущества, ценностное предложение, треугольник и карты позиционирования компании
	Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания	Цена как элемент комплекса маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания. Ценообразование. Система скидок. Маркетинговые функции цены.
	Каналы распределения товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	Каналы распределения. Структура каналов распределения. Выбор посредников. Онлайн агрегаторы в сфере гостеприимства и общественного питания
	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

#### 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 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (16 недель)
<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 приведеной шкалы)	Лекционные занятия	<b>0,5 балла</b> посещение 1 лекционного занятия	5
		Практические занятия	<b>2 балла</b> - посещение 1 практического занятия и выполнение работы на 51-85% <b>3 балла</b> – посещение 1 занятия и существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 85,1-100%	36-55
		Подготовка итогового проекта (мультимедийной презентации) «Маркетинговая деятельность предприятия»		10-20
<b>Текущая учебная работа ЗФО</b>				
<b>ЗФО</b> Текущая учебная работа в семестре (выполнение самостоятельных конспектов, контрольной работы и теста)	60 (100% /баллов приведеной шкалы)	Лекционные занятия	<b>0,5 балла</b> посещение 1 лекционного занятия	4
		Практические занятия	<b>10 балла</b> - посещение 1 практического занятия и выполнение работы на 51-85% <b>15 балла</b> – посещение 1 занятия и существенный вклад на занятии в работу всей группы, самостоятельность и выполнение работы на 85,1-100%	30-45
		Подготовка итогового проекта (мультимедийной презентации) «Маркетинговая деятельность предприятия»		10-20
<b>Итого по текущей работе в семестре</b>				<b>51 - 80</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				
Промежуточная аттестация (экзамен)	40 (100% /баллов приведеной шкалы)	Вопрос 1.	<b>5 баллов</b> (пороговое значение) <b>10 баллов</b> (максимальное значение)	5 - 10
		Вопрос 2.	<b>5 баллов</b> (пороговое значение) <b>10 баллов</b> (максимальное значение)	5 – 10
<b>Итого по промежуточной аттестации (экзамен)</b>				<b>10-20</b>
<b>Суммарная оценка по дисциплине:</b> Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации				61 – 100 б.

Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу (таблица 8):

Таблица 8. Оценка уровня сформированности компетенций в промежуточной аттестации

<b>Критерии оценивания компетенции</b>	<b>Уровень сформированности компетенции</b>	<b>Итоговая оценка</b>	<b>Оценка по 100-балльной шкале</b>
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.	недопустимый	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	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	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	отлично	86-100

## **5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

### **5.1 Учебная литература**

#### **Основная учебная литература**

1. Тарасенко Э. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - Москва : Дашков и К, 2017. - 166 с. ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=937237>
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 1071 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01263-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028517>

#### **Дополнительная литература**

3. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Багданова. - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 214 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-16-004713-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/222990>
4. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/478256>
5. Герасименко В.В. Маркетинг-практикум: Учебно-практическое пособие / В.В. Герасименко – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 240 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова) – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=223234#none>

## 5.2 Программное и информационное обеспечение освоения дисциплины.

### 5.2.1 Программное обеспечение

В обучении используются информационные технологии на базе компьютерных классов учебного корпуса №4 (пр. Metallургов 19):

- лекционные занятия ведутся с использованием презентаций и программного обеспечения мультимедиа демонстраций;

Для проведения практических занятий, самостоятельной работы студентов используются программное обеспечение, приведенные в таблице 7.

Таблица 7 – Информационные технологии и программное обеспечение аудиторных занятий и самостоятельной работы

Программа / система	Сведения о праве использования (лицензия, договор, сроки использования).	№ комп. классов
Программное обеспечение компьютеров: Операционные системы: Windows 7; Антивирусное ПО: Eset Endpoint Security 5.0.		
<b>Офисное ПО</b>		
Microsoft Office, Visio MS PowerPoint	Лицензия DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по сублицензионному договору №Tr000083174 от 12.04.2016г.	501/4, 502/4, 508/4, 509,602
<b>Браузеры и дополнения</b>		
IE 8	Бесплатно	501/4, 502/4, 508/4, 509/4, 602/4
Firefox 14	Бесплатно	501/4, 502/4, 508/4, 509/4, 602/4
Opera 12	Бесплатно	501/4, 502/4, 508/4, 509/4, 602/4
Netbeans IDE 7.0.1 для Firefox	Бесплатно	501/4, 502/4, 508/4, 509/4, 602/4
<b>Специальное ПО для работы с компьютером лиц с ОВЗ</b>		
NVDA	Бесплатно	501/4, 502/4, 508/4, 509/4, 602/4
Экранная лупа, экранная клавиатура	В составе операционной системы	501/4, 502/4, 508/4, 509/4, 602/4

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

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

### 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

### *Задание 1.*

Рассмотрите известное вам предприятие 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 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 поясните понятия: товар по замыслу, товар в реальном исполнении и товар с подкреплением.

**Задание 6.**

Вспомните хорошо известные на российском рынке фирмы 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 Вашей компании, 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

## 6.2 Примерные вопросы и задания для промежуточной аттестации

### 6.2.1. Экзамен

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сфера применения маркетинга.</li> <li>2. Основные этапы развития маркетинга</li> <li>3. Особенности маркетинга сферы гостеприимства и общественного питания</li> </ol>
Рынок гостеприимства и общественного питания индустрии	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение маркетинговой информационной системы, её основное назначение.</li> <li>2. Система маркетинговой информации.</li> <li>3. Система маркетинговых исследований.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Факторы маркетинговой среды.</li> <li>5. Анализ конкуренции.</li> <li>6. Признаки сегментирования рынка.</li> <li>7. Методы и основные этапы сегментирования рынка</li> </ol>
Продуктовая политика	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Позиционирование товара на рынке.</li> <li>2. Маркетинговые инструменты товарной политики.</li> <li>3. Классификация товаров.</li> <li>4. Модели представления коммерческих характеристик товара.</li> <li>5. Жизненный цикл товара.</li> <li>6. Ассортимент и номенклатура.</li> <li>7. Разработка комплекса маркетинга.</li> <li>8. Задачи товарной политики и пути их решения.</li> <li>9. Марка и марочная политика.</li> <li>10. Подкрепление товара.</li> <li>11. Управление жизненным циклом товара. Создание инновационных товаров.</li> <li>12. Создание модифицированного товара.</li> <li>13. Управление ассортиментом товаров.</li> <li>14. Методы анализа ассортимента</li> </ol>
Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация видов цен, применяемых в экономике.</li> <li>2. Структура цен.</li> <li>3. Задачи ценовой политики и факторы, влияющие на ценовое предложение производителя.</li> <li>4. Ценовая политика, ценовая стратегия и ценовая тактика предприятия.</li> <li>5. Ценовая политика в контексте общей стратегии маркетинга.</li> <li>6. Постановка целей ценообразования.</li> <li>7. Анализ затрат.</li> </ol>
Каналы распределения товаров и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристики канала распределения.</li> <li>2. Типы торговых посредников.</li> <li>3. Задачи сбытовой политики.</li> <li>4. Сбытовая политика в контексте общей стратегии маркетинга.</li> </ol>
Продвижение товаров и услуг индустрии гостеприимства и общественного питания	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговые инструменты коммуникационной политики.</li> <li>2. Реклама, её основные характеристики и задачи.</li> <li>3. Средства рекламы.</li> <li>4. Каналы распространения рекламы.</li> <li>5. Стимулирование сбыта.</li> <li>6. Персональная продажа.</li> <li>7. Паблик рилейшнз.</li> <li>8. Содержание коммуникационной политики.</li> </ol>

## **Сведения о разработке и утверждении рабочей программы дисциплины**

Рабочая программа дисциплины Б1.О.20 «Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания» составлена в соответствии с ФГОС- 3++ ВО и утверждена в комплекте с ОПОП по направлению **43.03.03 Гостиничное дело**

Составитель: Матасова О.И., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления