

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного обучения и профессиональной переподготовки кадров с высшим образованием



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Маркетинг гостиничного предприятия БЗ.Б.10

Направление подготовки: 101100.62 - Гостиничное дело

Профиль подготовки: Гостиничная деятельность

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Эйдельман Б.М.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Рубцов В. А.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного обучения и профессиональной переподготовки кадров с высшим образованием):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань

2015

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Эйдельман Б.М. кафедра сервиса и туризма Отделение развития территорий , VMEjdelman@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Маркетинг гостиничного предприятия" являются ознакомление студентов с принципами, функциональными задачами и стратегиями маркетинга гостиничного предприятия, а также в обучении студентов принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий в сфере гостиничного хозяйства.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.Б.10 Профессиональный" основной образовательной программы 101100.62 Гостиничное дело и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Предназначена для студентов 4 курса (7 семестр)

Дисциплина относится к циклу Б3.Б10 Профессиональный цикл, базовая часть.

Дисциплина "Маркетинг гостиничного предприятия" находится в базовой части профессионального цикла ООП ВПО "Гостиничное дело".

Данный курс находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими учебными курсами как: "Экономика гостиничного предприятия", "Проектирование гостиничной деятельности", "Гостиничный менеджмент", "Организация гостиничного дела".

При освоении данной учебной дисциплины необходимо знание таких предшествующих учебных курсов как: "Экономика", "Основы гостеприимства".

В тоже время на основе изучения данной учебной дисциплины строится освоение таких учебных курсов как: "Технология продаж в гостиничном бизнесе", "Инновации в сервисе", "Мотивация потребителя услуг", "Связи с общественностью".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|------------------|---|
| ок-1 | владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения |
| пк-14 | готовность к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности |
| пк-15 | способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг |
| пк-16 | готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей |
| пк-17 | способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий |
| пк-18 | готовностью к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- цели и принципы маркетинга гостиничного предприятия;
- функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия;
- важнейшие маркетинговые стратегии в сфере гостиничного хозяйства;
- структуру комплекса маркетинга гостиничного предприятия;

2. должен уметь:

- организовывать и проводить маркетинговые исследования гостиничного предприятия;
- формировать спрос на услуги гостиничного предприятия;
- проводить презентации гостиничных продуктов и услуг;
- осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг;

3. должен владеть:

- готовностью к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, клиентурных отношений;
- готовностью к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности;
- способностью использовать современные научных принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг;
- способностью находить, анализировать и обрабатывать научно техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям современного рынка.

Студент должен демонстрировать готовность к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, клиентурных отношений; готовность к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности; способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг; готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей; способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);
 55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);
 54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Цели, принципы и функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия | 7 | 1-2 | 1 | 1 | 0 | устный опрос |
| 2. | Тема 2. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия | 7 | 3-4 | 1 | 1 | 0 | устный опрос |
| 3. | Тема 3. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного хозяйства | 7 | 5-6 | 1 | 1 | 0 | контрольная работа |
| 4. | Тема 4. Сегментация рынка гостиничных услуг | 7 | 7-8 | 1 | 1 | 0 | устный опрос |
| 5. | Тема 5. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия | 7 | 9-10 | 1 | 1 | 0 | контрольная работа |
| 6. | Тема 6. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия | 7 | 11-12 | 1 | 1 | 0 | устный опрос |
| 7. | Тема 7. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия | 7 | 13-14 | 1 | 0 | 0 | устный опрос |
| 8. | Тема 8. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг | 7 | 15-16 | 1 | 0 | 0 | устный опрос |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|---|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 9. | Тема 9. Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях | 7 | 17-18 | 0 | 0 | 0 | устный опрос |
| | Тема . Итоговая форма контроля | 7 | | 0 | 0 | 0 | экзамен |
| | Итого | | | 8 | 6 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Цели, принципы и функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Общее понятие о гостиничном маркетинге. Цели и принципы системы маркетинга. Функциональные задачи маркетинга: аналитико-оценочные, стратегические и исполнительские.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Контрольный опрос по целям и принципам маркетинга. Подготовка сообщений по функциональным задачам гостиничного маркетинга.

Тема 2. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Общее понятие о стратегии и тактике гостиничного маркетинга. Управление гостиничным маркетингом. Концепции управления гостиничным маркетингом.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Подготовка докладов по концепциям управления гостиничным маркетингом в современных условиях.

Тема 3. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного хозяйства

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Роль и значение маркетинговых исследований в деятельности гостиничных предприятий. Виды маркетинговых исследований в гостиничном хозяйстве. Этапы маркетингового исследования. Маркетинговая информационная система.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Контрольная работа по организации и проведению маркетинговых исследований в гостиничном хозяйстве.

Тема 4. Сегментация рынка гостиничных услуг

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Общее понятие о сегментации потребителей гостиничных услуг. Цели сегментации. Критерии сегментации потребителей гостиничных услуг. Стратегии охвата рынка в гостиничном бизнесе.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Контрольный опрос студентов по сегментации рынка потребителей гостиничных услуг.

Тема 5. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основные направления товарной стратегии гостиничного предприятия. Понятие товара (услуги) в гостиницах и их классификация. Организация инновационных мероприятий в системе маркетинга. Теория жизненного цикла товара. Сервис товара.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Контрольная работа по разработке товарной стратегии в гостиничном хозяйстве.

Тема 6. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Роли и значение ценовой политики в гостиничном бизнесе. Цели и методы ценообразования. Виды скидок. Виды цен на новые и уже имеющиеся товары(услуги) в гостиницах.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Контрольный опрос студентов по разработке ценовой политики в гостиничном бизнесе.

Тема 7. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Общее понятие о сбытовой политике гостиничных предприятий. Понятие товародвижения. Каналы товародвижения: прямые и косвенные. Система товародвижения и её элементы.

Тема 8. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Общее понятие о системе стимулирования сбыта в гостиницах. Виды мероприятий по стимулированию сбыта. Разработка программы стимулирования сбыта и оценка её результатов.

Тема 9. Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|--|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 1. | Тема 1. Цели, принципы и функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия | 7 | 1-2 | подготовка к устному опросу | 5 | устный опрос |
| 2. | Тема 2. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия | 7 | 3-4 | подготовка к устному опросу | 5 | устный опрос |
| 3. | Тема 3. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного хозяйства | 7 | 5-6 | подготовка к контрольной работе | 5 | контрольная работа |
| 4. | Тема 4. Сегментация рынка гостиничных услуг | 7 | 7-8 | подготовка к устному опросу | 5 | устный опрос |
| 5. | Тема 5. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия | 7 | 9-10 | подготовка к контрольной работе | 5 | контрольная работа |

| № | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|--|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 6. | Тема 6. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия | 7 | 11-12 | подготовка к устному опросу | 6 | устный опрос |
| 7. | Тема 7. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия | 7 | 13-14 | подготовка к устному опросу | 6 | устный опрос |
| 8. | Тема 8. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг | 7 | 15-16 | подготовка к устному опросу | 6 | устный опрос |
| 9. | Тема 9. Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях | 7 | 17-18 | подготовка к устному опросу | 6 | устный опрос |
| | Итого | | | | 49 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В учебном процессе преподавания дисциплины "Маркетинг гостиничного предприятия" предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, тренинги, деловые игры). В рамках учебного курса предусмотрены встречи с руководителями гостиничных предприятий, руководителями государственных и общественных организаций в сфере гостиничного бизнеса, мастер-классы специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Цели, принципы и функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия

устный опрос , примерные вопросы:

Общее понятие о гостиничном маркетинге. Цели и принципы системы маркетинга. Функциональные задачи маркетинга: аналитико-оценочные, стратегические и исполнительские.

Тема 2. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия

устный опрос , примерные вопросы:

Общее понятие о стратегии и тактике гостиничного маркетинга. Управление гостиничным маркетингом. Концепции управления гостиничным маркетингом.

Тема 3. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного хозяйства

контрольная работа , примерные вопросы:

Вопросы к контрольной работе: 1. Роль и значение маркетинговых исследований в деятельности гостиничных предприятий. 2. Виды маркетинговых исследований в гостиничном хозяйстве. 3. Этапы маркетингового исследования. 4. Маркетинговая информационная система.

Тема 4. Сегментация рынка гостиничных услуг

устный опрос , примерные вопросы:

Общее понятие о сегментации потребителей гостиничных услуг. Цели сегментации. Критерии сегментации потребителей гостиничных услуг. Стратегии охвата рынка в гостиничном бизнесе.

Тема 5. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия

контрольная работа , примерные вопросы:

Вопросы к контрольной работе: 1. Основные направления товарной стратегии гостиничного предприятия. 2. Понятие товара (услуги) в гостиницах и их классификация. 3. Организация инновационных мероприятий в системе маркетинга. 4. Теория жизненного цикла товара. 5. Сервис товара.

Тема 6. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия

устный опрос , примерные вопросы:

Роли и значение ценовой политики в гостиничном бизнесе. Цели и методы ценообразования. Виды скидок. Виды цен на новые и уже имеющиеся товары(услуги) в гостиницах.

Тема 7. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия

устный опрос , примерные вопросы:

Общее понятие о сбытовой политике гостиничных предприятий. Понятие товародвижения. Каналы товародвижения: прямые и косвенные. Система товародвижения и её элементы.

Тема 8. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг

устный опрос , примерные вопросы:

Общее понятие о системе стимулирования сбыта в гостиницах. Виды мероприятий по стимулированию сбыта. Разработка программы стимулирования сбыта и оценка её результатов.

Тема 9. Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях

устный опрос , примерные вопросы:

Роль маркетингового планирования в повышении эффективности работы гостиничного предприятия. Маркетинговый план гостиницы и его структура. Маркетинговый контроль и его виды: контроль над выполнением годовых планов, контроль рентабельности. стратегический контроль

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Цели и принципы маркетинга гостиничного предприятия.
2. Функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия.
3. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия.
4. Управление маркетингом гостиничного предприятия.
5. Структура комплекса маркетинга гостиничного предприятия.
6. Организация проведения маркетинговых исследований гостиничного предприятия.
7. Этапы проведения маркетинговых исследований гостиничного предприятия.
8. Сегментация рынка гостиничных услуг.
9. Виды товаров и услуг гостиничного предприятия.
10. Организация и разработка новых видов товаров и услуг на гостиничном предприятии.
11. Теория жизненного цикла товаров и услуг гостиничного предприятия.
12. Сервисное обслуживание в гостиничном хозяйстве.
13. Виды сервиса в гостиничных предприятиях.

14. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия.
15. Цели ценообразования в гостиничных предприятиях.
16. Методы ценообразования в гостиничных предприятиях.
17. Виды цен на новые и уже имеющиеся гостиничные товары и услуги.
18. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия.
19. Виды мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных товаров и услуг.
20. Разработка программы по стимулированию сбыта гостиничных товаров и услуг.
21. Маркетинговое планирование в гостиничных предприятиях.
22. Структура маркетингового плана в гостиничных предприятиях.
23. Маркетинговый контроль в гостиничных предприятиях.
24. Виды маркетингового контроля на гостиничных предприятиях.

7.1. Основная литература:

1. Котлер, Филип. Основы маркетинга: краткий курс: [пер. с англ.] / Филип Котлер. Москва [и др.]: Вильямс, 2007. 646 с
2. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003647-2, 500 экз.
3. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Ю. В. Морозов. - 8-е изд., испр. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 148 с. - ISBN 978-5-394-02156-5.
4. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. - ISBN 978-5-394-02253-1.
5. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0183-4, 6000 экз.
6. Нуралиев, С. У. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 362 с. - ISBN 978-5-394-02115-2.
7. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, Синяев В. В.; под ред. проф. Л. П. Дашкова. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 268 с. - ISBN 978-5-394-01563-2.

7.2. Дополнительная литература:

1. Займан С. Конец маркетинга, каким мы его знаем. Минск: ООО "Поппури", 2005
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Издательство Питер, 2004.
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. М.: ООО Издательство АСТ, 2004.
4. Маркетинговые исследования / Божук С.Г., Ковалик Л.Н. СПб.: Питер, 2005.
5. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. СПб.: Питер, 2005.
6. Матанцев А.Н. Стратегия, тактика и практика маркетинга. М.: Юристъ, 2004.
7. Международный маркетинг. / Под ред. Н.И. Перцовского. М.: Высшая школа, 2004.
8. Новаторов В.Е. Маркетинг в социально-культурной сфере. Омск, 2005.
9. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. М.: ЗАО Издательство Экономика, 2004.
10. Портер М. Конкуренция / Пер с англ. М.: Издательский дом Вильямс, 2004.
11. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. М.: Финансы и статистика, 2005.

12. Шив Чарльз Д. Курс МВА по маркетингу. М.: Алькина паблишер, 2005.
13. Шульц Дон Е., Танненбаум Стенли И., Лаутерборн Роберт Ф. новая парадигма маркетинга. Интегрированные маркетинговые коммуникации. М.: ИНФРА-М, 2004.
14. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: ОАО Типография Новости, 2006.
15. Алдер Г. Маркетинг будущего: диалог сознаний. Общение с потребителями в XXI веке. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2007.
16. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг СПб.: Питер, 2007.
17. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. М.: Экономика, 2007.
18. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. М, СПб.; Киев: Издательский дом Вильямс, 2007.
19. Крылова Г.Д., Соколова М.И., Маркетинг. Теория и 86 ситуаций. М.: ЮНИТИ-Дана, 2006.
20. Крэнделл Р. 1001 способ успешного маркетинга. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2007.
21. Лейн У.Р., Рассел Дж. Т. Реклама. СПб.: Питер, 2007.
22. Маркетинг / Под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. СПб: Издательский дом Бизнес-пресса, 2007.
23. Маркетинг / Под ред. Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2006.
24. Маркетинг: общий курс / Под ред. Н.Я. Колютоновой, А.Я. Якобсона. М.: Омега-Л, 2006.
25. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. основы рекламы. М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2006.
26. Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: Омега-Л, 2006.
27. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. СПб.: Питер, 2007.
28. Российский маркетинг на пороге третьего тысячелетия: практика крупнейших компаний / Под ред. А.А. Браверманна. М.: ЗАО Издательство Экономика, 2007.
29. Сэндидж Ч. Реклама: теория и практика. М.: Сирин, при участии МТ-ПРЕСС, 2007.
30. Чарнэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы. СПб: Питер, 2006.
31. Черчилль Гилберт А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер, 2007.
32. Шарков Ф.И. Интегрированные рекламные коммуникации. М.: РИП-Холдинг, 2007.
33. Эйдельман Б.М. Маркетинг: Казань: Изд-во РИЦ: Школа, 2008.
34. Дурович А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов.- М.: Новое знание, 2005.
25. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 552 с. - ISBN 978-5-394-02104-6.
26. Основы устойчивого туризма: Учебное пособие / О.С. Шимова. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. - 190 с.: ил.; 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-005291-5, 300 экз.

7.3. Интернет-ресурсы:

Классификация гостиничных предприятий по размерам (вместимости) - www.referat.ru/referats/view/22464

Маркетинг гостиничного предприятия - [knowledge.allbest.ru?Реклама?Маркетинг гостиничного](http://knowledge.allbest.ru?Реклама?Маркетинг%20гостиничного)

Маркетинг гостиничной деятельности - mebel-land.com?stroimotel/9.php

Особенности гостиничного маркетинга для малых предприятий - BiblioFond.ru?view.aspx?id=457011

Повышение эффективности деятельности предприятий гостиничного - www.refland.ru/page299-12.html

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинг гостиничного предприятия" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Для обеспечения дисциплины вуз должен располагать специализированными кабинетами. Помещение кабинета/лаборатории должно быть оснащено необходимой учебной и учебно-методической литературой, оборудованием (мультимедийным компьютером, мультимедиапроектором, экраном на штативе), а также демонстрационными материалами.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 101100.62 "Гостиничное дело" и профилю подготовки Гостиничная деятельность

Автор(ы):

Эйдельман Б.М. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А. _____

"__" _____ 201__ г.