

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления

доц., к.э.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

С.В. Шепелева

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«13» июня 2022 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в профессиональной деятельности»

(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	43.03.03
Наименование направления подготовки/ специальности	Гостиничное дело
Наименование направленности	Организация гостиничных услуг
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург– 2022

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

старший преподаватель
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

10.06.2022

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«13» июня 2022 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)


(подпись, дата)

13.06.2022

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 43.03.03(01)

доц., к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)

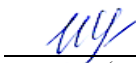

(подпись, дата)

13.06.2022

С.В. Шепелева
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

13.06.2022

И.М. Евдокимов
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Маркетинг в профессиональной деятельности» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 43.03.03 «Гостиничное дело» направленности «Организация гостиничных услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-4 «Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с индустрией гостеприимства, разработкой и реализацией гостинично-ресторанного продукта, обладающего качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: *лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося.*

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины является формирование маркетингового мировоззрения у студентов, ориентированных на работу в индустрии гостеприимства, а также способностей разрабатывать и реализовывать гостинично-ресторанный продукт, обладающий качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.3.1 знать методы исследования рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, анализа рынка, потребителей, конкурентов; технологии продаж и продвижения услуг. ОПК-4.У.1 уметь осуществлять мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, анализ рынка потребителей, конкурентов; осуществлять продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий ОПК-4.В.1 владеть навыками продаж и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Информатика»;
- «Экономика»;
- «Математика»;
- «Информационные технологии»;
- «Учебная ознакомительная практика»;
- «Социальная психология».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Сервисная деятельность»;
- «Организация услуг гостеприимства»;
- «Производственная сервисная практика»;
- «Современные технологии клиентоориентированного сервиса»;
- «Организация и технологии гостиничной деятельности»;

- «Статистика»;
- «Управление имиджем и репутацией гостиничных предприятий»;
- «Диджитал технологии в рекламе и связях с общественностью»;
- «Логистика в сервисе»;
- «Производственная исследовательская практика»;
- «Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе»;
- «Бизнес-планирование в профессиональной деятельности»;
- «Методы исследовательской деятельности»;
- «Управление продажами в гостиницах и речевую менеджмент»;
- «Управление проектами в индустрии гостеприимства»;
- «Потребительское поведение в гостеприимстве»;
- «Удовлетворение потребностей клиентов»;
- «Производственная преддипломная практика».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№3
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	5/ 180	5/ 180
Из них часов практической подготовки		
Аудиторные занятия, всего час.	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	34	34
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	45	45
Самостоятельная работа, всего (час)	84	84
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий. Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 3					
Тема 1. Понятие и сущность современного маркетинга.	3	1	-	-	8

Тема 2. Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара.	3	2	-	-	8
Тема 3. Планирование маркетинга.	4	2	-	-	8
Тема 4. Система маркетинговых исследований.	4	2	-	-	8
Тема 5. Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства.	4	2	-	-	10
Тема 6. Маркетинг инноваций.	4	2	-	-	8
Тема 7. Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл.	4	2	-	-	8
Тема 8. Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия.	4	2	-	-	10
Тема 9. Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии.	4	2	-	-	10
Текущий контроль	-	-	-	-	6
Итого в семестре:	34	17	-	-	84
Итого	34	17	0	0	84

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Тема 1. Понятие и сущность современного маркетинга. Предмет, содержание дисциплины. Нужды, желание и спрос. Продукт сферы гостеприимства. Структура уровней продукта. Предложение продукта. Ценность, стоимость и потребительское удовлетворение. Специфика маркетинга в индустрии гостеприимства. Недифференцированный и дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг.
2	Тема 2. Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара. Структура рынка и спрос. Сегментация рынка. Основы сегментации потребительских рынков. Определение целевого рынка. Варианты охвата рынков. Определение привлекательных сегментов рынка. Модель потребительского поведения. Личностные характеристики, влияющие на потребительское поведение. Участники процесса покупки. Потребитель как участник процесса принятия решения о покупке. Покупка как процесс и результат. Позиционирование товара и фирмы в целях достижения конкурентных преимуществ. Рыночное позиционирование. Выбор и применение стратегии позиционирования.
3	Тема 3. Планирование маркетинга. Роль маркетинга в стратегическом планировании. Определение целей и постановка проблем для стратегического планирования. Анализ маркетинговой среды. Ситуационный анализ маркетинговой среды. Матрица SWOT.
4	Тема 4. Система маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Оценка потребности в

	информации. Получение и обработка информации. Источники сбора информации. Управление процессом сбора информации. Маркетинговая разведка. Маркетинговые исследования. Разработка и процесс маркетинговых исследований. Интерпретация результатов исследования и отчет.
5	Тема 5. Внутренний маркетинг на предприятиях индустрии гостеприимства. Маркетинговый подход к управлению кадрами. Мотивация и корпоративная культура внутри предприятия. Создание рабочих мест и привлечение качественных кадров. Применение в работе основных организационных принципов. Установление стандартов, оценка выполнения работы и введение системы награды и поощрения.
6	Тема 6. Маркетинг инноваций. Формирование коммерческой инфраструктуры инновационного бизнеса. Особенность маркетинговых инструментов при коммерциализации разработок и доведении продукции до потребителя. Процессы оценки и обеспечения конкурентоспособности инновационной продукции. Маркетинговые коммуникации в сфере разработок и инноваций. Управление эффективностью рекламной деятельности на рынке инноваций.
7	Тема 7. Гостинично-ресторанный продукт и его жизненный цикл. Способы продвижения товара. Определение общего бюджета расходов по видам мероприятий по продвижению товаров и услуг на рынок. Этапы в развитии эффективной коммуникации. Реклама. Постановка целей. Составление рекламного бюджета. Выбор средств массовой информации.
8	Тема 8. Ценовая политика гостинично-ресторанного предприятия. Факторы, влияющие на принятие решений о цене. Издержки. Позиции конкурентов. Анализ безубыточности. Основные подходы к установлению цены. Стратегии ценообразования. Эффект растяжения цены. Ценовые пункты. Инициативное изменение цен. Ответные меры на изменение цен.
9	Тема 9. Маркетинг на гостинично-ресторанном предприятии. Понятие эффективности. Эффективность менеджмента. Современные направления оценки. Принципы оценки эффективности менеджмента. Использование интегрированного показателя. Оценка через систему основных и вспомогательных показателей. Метод организационной диагностики.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 3					
1	Понятие и сущность маркетинга	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		1
2	Гостиничная услуга как продукт	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		2

3	Маркетинговая среда гостиничного предприятия	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		3
4	Система маркетинговых исследований	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		4
5	Сегментация рынка гостиничных услуг	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		5
6	Качество гостиничных услуг	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		6
7	Особенности ценообразования в маркетинге	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	2		7
8	Продвижение гостиничных услуг	Групповая дискуссия, кейс, деловая игра	3		8,9
Всего			17		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 3, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	55	55
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	4	4
Домашнее задание (ДЗ)	15	15
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	84	84

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.com/catalog/product/982200	Ключевская, И. С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / И. С. Ключевская. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 236 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014427-6.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1010033	Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : практикум / Л.В. Баумгартен. — М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 216 с. - ISBN 978-5-9558-0425-5.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/872564	Ушаков, Р. Н. Маркетинговая деятельность как фактор достижения конкурентных преимуществ на рынке гостиничных услуг (на примере города Москвы): Диссертация / Ушаков Р.Н. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 177 с.ISBN 978-5-16-104889-4 (online).	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1494307	Европейский гостиничный маркетинг : учебное пособие : пер. с англ. Е. Ю. Драгныш. - Москва : Финансы и статистика, 2004. - 224 с. - ISBN 5-279-02451-1.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1220189	Семенчук, В. 101 способ создания новых источников дохода: как	

	зарабатывать на всем и всегда / В. Семенчук, Г. Марков. — Москва : Интеллектуальная Литература, 2020. - 280 с. - ISBN 978-5-907274-65-5.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/914319	Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. - 384 с. - ISBN 978-5-9558-0194-0.	
https://znanium.com/catalog/product/1843641	Маркетинг : учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 368 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1079856	Кислицына, В. В. Маркетинг : учебник / В. В. Кислицына. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 464 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1836630	Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 337 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
http://lib.aanet.ru/	Электронные ресурсы ГУАП
https://e.lanbook.com/	ЭБС «Лань»
http://znanium.com/	ЭБС «ZNANIUM»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows, Microsoft Office

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM
2	ЭБС «Лань»

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила

использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные этапы становления и развития маркетинга. 2. Маркетинг как концепция рыночного управления. 3. Принципы и функции современного маркетинга. 4. Цели и основные задачи маркетинга. 5. Виды маркетинга. 6. Основные концепции маркетинга. 7. Сущность и содержание маркетинга в индустрии гостеприимства. 8. Рынок гостиничных услуг и его основные 	ОПК-4.3.1

	<p>компоненты.</p> <p>9. Характеристика гостиничных услуг.</p> <p>10. Особенности сферы услуг</p> <p>11. Понятие и сущность сбытовой деятельности гостиничного предприятия.</p> <p>12. Состав маркетинговой среды предприятия.</p>	
2	<p>13. Гостиничные услуги: основные, дополнительные и сопутствующие.</p> <p>14. Факторы спроса на гостиничное размещение.</p> <p>15. Внешняя и внутренняя среда маркетинга.</p> <p>16. Характеристика микросреды современной гостиницы.</p> <p>17. Характеристика макросреды современной гостиницы.</p> <p>18. Понятие и виды маркетинговых исследований.</p> <p>19. Формулирование целей маркетингового исследования.</p> <p>20. Определение типа требуемой информации и источников ее получения.</p> <p>21. Процесс получения данных при проведении маркетинговых исследований.</p> <p>22. Процесс маркетингового исследования.</p> <p>23. Информационная база маркетинга гостиницы.</p> <p>24. Понятие и критерии сегментации рынка.</p> <p>25. Выбор целевых сегментов рынка.</p> <p>26. Сущность и роль ценовой политики гостиничного предприятия.</p> <p>27. Конкурентная среда фирмы.</p> <p>28. Цены в условиях конкуренции.</p> <p>29. Цены в гостиничном деле.</p> <p>30. Постановка задач ценообразования.</p>	ОПК-4.У.1
3	<p>31. Сегментация рынка в индустрии гостеприимства.</p> <p>32. Определение целевого рынка для гостиничных предприятий.</p> <p>33. Порядок ценообразования.</p> <p>34. Цены в гостиничном деле.</p> <p>35. Каналы сбыта в индустрии гостеприимства.</p> <p>36. Формы продвижения гостиничных услуг.</p> <p>37. PR в индустрии гостеприимства.</p> <p>38. Платные дополнительные услуги гостиниц.</p> <p>39. Связи с общественностью гостиничного предприятия.</p> <p>40. Рекламная и информационно-справочная деятельность гостиниц.</p> <p>41. Функции и средства рекламы.</p> <p>42. Роль маркетинговых программ в деятельности гостиниц.</p> <p>43. Оказание торговых и других услуг гостиничного предприятия.</p> <p>44. Организационная структура маркетинговых служб.</p> <p>45. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга.</p>	ОПК-4.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.
Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	Не предусмотрено	

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:
 получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
 получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;

развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.

появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;

получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;

научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);

получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Во время первой аттестации (середина семестра) и второй аттестации (конец семестра) преподавателем проводится проверка конспектов лекций в целях контроля понимания текста лекций и навыков конспектирования, а также в целях рейтинговой оценки студентов (как одной из её составляющих).

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к проведению семинаров

Подготовка к семинарскому занятию включает два этапа. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: уяснение задания на самостоятельную работу; подбор рекомендованной литературы; составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью.

Готовясь к докладу или реферативному сообщению, можно обращаться за методической помощью к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет симитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий

уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом вовремя, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется заданиями и указаниями преподавателя. Можно дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

Требование к домашнему заданию по дисциплине «Маркетинг в профессиональной деятельности»:

Студенту необходимо выбрать гостиничное предприятие, проанализировать маркетинговую составляющую гостиницы и прописать маркетинговую стратегию. Задание должно быть оформлено в виде презентации PowerPoint и выгружено в личный кабинет студента (pro.guar.ru).

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль проводится в течение семестра по итогам выполнения контрольных работ, участия в семинарских и практических занятиях, коллоквиумах, подготовке докладов, рефератов, эссе и т.д. Текущий контроль успеваемости студентов является постоянным, осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы преимущественно посредством реализации проведения внутрисеместровых аттестаций.

Критерии оценки письменной работы:

– оценка **«зачтено»** выставляется студенту, если в представленной работе раскрыта тема, представлены различные позиции и взгляды на проблему, теоретические посылы подтверждены примерами, содержание четко структурировано, при написании работы использовался широкий круг источников, к которым в тексте работы имеются отсылки.

– оценка **«не зачтено»** выставляется студенту, если в представленной работе не раскрыта тема, материал излагается непоследовательно, нет четкой структуры, не представлены различные позиции и взгляды на проблему, теоретические посылы не подтверждены примерами, при написании работы использовался ограниченный круг источников, в тексте работы отсутствуют ссылки.

Методические рекомендации по оценке работы на семинарском занятии, участии в коллоквиуме.

Коллоквиум – средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.

Критерии оценки:

– оценка **«зачтено»** выставляется студенту, если он принимает активное участие в обсуждении вопросов, вынесенных на семинарское занятие (коллоквиум), при обсуждении опирается на литературу по теме коллоквиума, делает отсылки к авторам,

приводит примеры, высказывает собственную позицию, аргументируя ее, хорошо владеет теоретическим и практическим материалом по обсуждаемой теме;

– оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не принимает активного участия в обсуждении вопросов, вынесенных на коллоквиум, при обсуждении опирается только на собственные суждения, не используя литературу по теме коллоквиума, затрудняется с отсылками к авторам, с трудом приводит примеры (или не может их привести), высказывает собственную позицию, не аргументируя ее, плохо владеет теоретическим и практическим материалом по обсуждаемой теме.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основная форма проведения экзамена – устный ответ на вопросы, которые представлены в таблице 15 данной РПД.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой