

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
АНО ВО «Российский новый университет»**

Факультет бизнес – технологий

Кафедра туризма и культурного наследия



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Г.А. Шабанов
«01» февраля 2017

ПРОГРАММА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

Подготовка бакалавров по направлению

43.03.03. «Гостиничное дело»

Профиль «Гостиничная деятельность»

все формы обучения

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры туризма и культурного наследия «01» февраля 2017г., протокол №8

Заведующий кафедрой
к. и. н., доцент А.И. Фролов

Автор:
ст. преподаватель Д.Д. Макарова

Москва
2017

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

Научно-исследовательская работа имеет большое значение для написания бакалаврской работы. Тематика исследования по научно-исследовательской работе должна соответствовать научному направлению работы кафедры, а также отвечать задачам выпускной квалификационной работы.

Целью научно-исследовательской работы является закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных в процессе освоения основной образовательной программы, а также овладение научных методов и методик в проведении научных исследований для получения профессиональных навыков в данном направлении.

Задачи научно-исследовательской работы:

- дать навыки выполнения научно-исследовательской работы и развить умения:
- вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- формулировать и разрешать задачи, возникающие в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбирать необходимые методы исследования (модифицировать существующие, разрабатывать новые методы), исходя из задач конкретного исследования;
- применять современные информационные технологии при проведении научных исследований;
- обрабатывать полученные результаты, анализировать и представлять их в виде законченных научно-исследовательских разработок
- дать навыки и умения, необходимые студенту данного направления, обучающемуся по данной программе.
-

2. Вид, способы и формы производственной практики.

Вид производственной практики – научно – исследовательская работа.

Способы проведения производственной практики. Научно-исследовательская работа относится к стационарному способу проведения производственной практики. Научно-исследовательская работа проводится в АНО ВО «Российский новый университет».

Формы проведения производственной практики. Организация проведения практики осуществляется следующим способом: дискретно по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практик. Форма проведения производственной практики – научно-исследовательская деятельность. Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Место практики в структуре ООП бакалавриата

Научно - исследовательская работа является важнейшим компонентом в системе профессиональной подготовки конкурентоспособного студента. Она выступает базой для написания выпускной квалификационной работы.

Научно - исследовательская работа помогает анализировать и систематизировать научный материал следующих дисциплин, а также получение навыков в рамках компетенций (таб.1)

Таблица 1-Профессиональные дисциплины с компетенциями

Название дисциплины	Формируемые компетенции
Технологии гостиничной деятельности	ОПК-2,ОПК-3, ПК-11
Формирование лидерских навыков	ПК-9
Стандартизация контроль гостиничных услуг	ОПК-3, ПК-9
Международный протокол	ОК-6
Экономика и планирование деятельности гостиничного предприятия	ПК-9

Гостиничный менеджмент	ОПК-2, ПК-11
Маркетинг гостиничного предприятия	ПК-9
Проектирование гостиничной деятельности	ОПК-3, ПК-11
Документационное обеспечение	ОПК-3, ПК-11
Реклама в гостиничном деле	ПК-10
Профессиональные системы в гостиничном деле	ОПК-1 ПК-11
Организация службы приема и размещения гостиницы	ОПК-2, ПК-11
Организация службы гостиничного фонда	ОПК-2, ПК-10
Страхование и риски в гостиничном деле	ПК-9
Системы безопасности в гостиничном деле	ОПК-1 ПК-11

Выделенные компетенции в рамках профессиональных дисциплин помогают определить компетенции, предъявляемые к научно- исследовательской работе.

3. Планируемые результаты в ходе прохождения научно - исследовательской работы

В результате прохождения научно - исследовательской работы студенты должны овладеть следующими компетенциями:

ОПК – 1 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (1 з.е)

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения
Базовый уровень (этап) Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 –Б)	<u>Владеть:</u> - проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий (ОПК-1-Б-В1) - навыками по регистрации гостей, используя гостиничные программы (ОПК-1-Б-В2)
	<u>Уметь:</u> - проводить мониторинг в сфере информационных технологий (ОПК-1-Б-У1) - уметь работать с гостиничной программой (ОПК-1-Б-У2)
	<u>Знать:</u> - значение информационных технологий в развитии современного общества (ОПК-1-Б-31) - основные гостиничные программы (ОПК-1-Б-32)
Повышенный уровень (этап) Готовность способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 –П)	<u>Владеть:</u> - навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников (ОПК-1-П-В1); - разрабатывать новые услуги, идеи для развития отрасли (ОПК-1-П -В2)
	<u>Уметь:</u> - работать с большими информационными объемами (ОПК-1-П-У1); - Анализировать результаты развития информационных технологий (ОПК-1-П-У2)
	<u>Знать:</u> - Основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации (ОПК-1-П-31) - Тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией (ОПК - 1 -П –32)

ПК – 9 - Способностью использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (5 з.е.);

Этап (уровень) освоения компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения
<p>Базовый уровень (этап) Способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК - 9 –Б)</p>	<p>Владеть: - повышения экономической эффективности предприятия (ПК -9 -Б – В1) - навыками проведения анализа предприятия в выборе концепции маркетинга (ПК -9 -Б –В2) - определения функциональной структуры маркетингового управления; (ПК -9 -Б –В3) - классификации факторов маркетинга; (ПК -9 -Б –В4) - использования методик маркетинговых решений; (ПК -9 -Б –В5) - Модернизация товара/услуги для экономической эффективности(ПК -9 -Б –В6) - Сбор информации для проведения «комплекса маркетинга» (ПК -9 -Б –В7) - Разработка товара рыночной новизны (ПК -9 -Б –В8) - Соединение основных элементов в товарной политике - цена, товар, место, продвижение и расширение товарного ассортимента (ПК -9 -Б –В9) - Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара» (ПК -9 -Б –В10)</p> <p>Уметь: - организовывать работу по обеспечению эффективных продаж (ПК - 9 -Б –У1) - уметь использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия; (ПК - 9 -Б –У2) - анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления (ПК - 9 -Б –У3) - систематизировать данные для проведения маркетингового исследования (ПК - 9 -Б –У4) - проводить маркетинговые исследования (ПК - 9 -Б –У5) - определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие (ПК-9-Б-У6) - проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, preys, place, promotion); (ПК - 9 -Б –У7) - использовать алгоритм разработки товара/услуги; (ПК - 9 -Б –У8) - использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики (ПК - 9 -Б –У9) -разрабатывать стратегии ценообразования (ПК - 9 -Б –У10)</p> <p>Знать: - содержание и сущность маркетинга; (ПК - 9 -Б –31) -эволюцию развития маркетинга (ПК - 9 -Б –32) - маркетинговое управление; (ПК - 9 -Б –33) - структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга; (ПК - 9 -Б –34) - маркетинговые исследования: содержание и методы; (ПК – 9-Б-35) - этапы жизненного цикла товара/услуги (ПК – 9-Б-36) -«комплекс маркетинга» - «4Р» (ПК – 9-Б-37) - последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны (ПК – 9-Б-38) - основные направления при формировании товарной политики (ПК – 9-Б-39) - Ценообразование в функциональной структуре маркетинга (ПК – 9-Б-310)</p>
<p>Повышенный уровень (этап) Готовность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК -9 –П)</p>	<p>Владеть: - анализа рынка и конкурентов, анализ гостиничного предприятия, анализ сегментов потребителей; (ПК-9 -П –В1); - идентификация запросов сегментов (потребителей) (ПК -9 -П –В2) - выделять критерии позиционирования товара/услуги; (ПК-9-П-В3); - Систематизации полученного материала в процессе сбора информации (ПК -9 -П –В4) - Поэтапное выполнение маркетингового исследования (ПК -9-П-В5) - формирование и продвижение гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей; (ПК -9-П-В6) - разработки рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителя. (ПК -9-П-В7) - составление маркетингового плана предприятия на 1 год (ПК-9-П-В8) - по эффективности бюджетного плана (ПК -9-П-В9)</p>

	- По процессу убеждения в данной покупке (ПК -9-П-В10)
	Уметь: - проводить SWOT - анализ (ПК - 9 -П –У1); - охарактеризовать значения критериев сегментирования рынка (ПК- 9 -П –У2) - анализировать сильные стороны товара/ услуги (ПК - 9 -П –У3); - работать с большим объемом информации (ПК- 9 -П –У4) - Составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой. (ПК- 9 -П –У5) - организовать рекламную деятельность по продвижению компании;(ПК-9-П –У6) - разработать стратегию продвижения. (ПК- 9 -П –У7) - разработка плана действий (ПК- 9 -П –У8) - составлять бюджет маркетингового плана (ПК- 9 -П –У9) - Анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя (ПК- 9 -П –У10)
	Знать: - методологию маркетинговых исследований (ПК - 9 -П –31) - критерии сегментирования рынка (ПК - 9 -П –32) - методику позиционирования товара /услуги (ПК - 9 -П –33) - классификацию маркетинговой информации (ПК - 9 -П –34) - алгоритм маркетингового исследования (ПК - 9 -П –35) - принципы продвижения; (ПК - 9 -П –36) - алгоритм разработки стратегии продвижения (ПК - 9 -П –37) - детализация плана действий службы маркетинга (ПК - 9 -П –38) - формирование бюджета маркетингового плана (ПК - 9 -П –39) - этапы контроля продаж (ПК - 9 -П –310)

4. Объем научно - исследовательской работы

Общая трудоемкость научно- исследовательской работы составляет 6 зач. единицы, 216 часов.

Согласно учебным планам по направлению подготовки «Гостиничное дело», научно-исследовательская работа организуется для студентов в периоды учебного года, отображенные в таблице 2 «Научно - исследовательская работа для направления подготовки «Гостиничное дело».

Таблица 2- Научно - исследовательская работа для направления подготовки «Гостиничное дело»

№	Форма обучения	Семестр	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Заочная	5	216 \6 з.е	Дифференцированный зачет
2	Очная	8	216 \6 з.е.	Дифференцированный зачет

5. Места для прохождения студентами научно- исследовательской работы

Научно - исследовательская работа проводится в АНО ВО «Российский новый университет» на кафедрах факультета Бизнес – технологий.

Практика проводится в периоды, предусмотренные учебными планами, отображенные в таблице 2 «Научно - исследовательская работа для направления подготовки «Гостиничное дело».

6. Структура и содержание научно – исследовательской работы

Содержание научно-исследовательской работы определяется темой бакалаврской работы студента:

Введение является отдельным, самостоятельным блоком текста работы, который ни в содержании, ни в тексте не обозначается цифрами.

Во введении необходимо отразить следующее:

- обоснование выбора темы, ее актуальность;
- характеристику степени разработанности темы в отечественной и зарубежной науке;
- основную цель и задачи работы;
- объект и предмет исследования;
- научную новизну (если есть);
- методы исследования;
- характеристику практической значимости исследования;
- представление структуры работы.

Цель работы определяет, для чего проводится исследование, что планируется получить в результате. Достижение цели бакалаврской работы ориентирует студентов на решение выдвинутой проблемы в двух основных направлениях – теоретическом и прикладном.

Задачи работы представляют собой способы достижения поставленной цели. Это этапы, на каждом из которых производится та или иная исследовательская операция (изучение литературы, сбор эмпирических данных, их анализ, построение классификаций, разработка методик и их реализация и т.д.).

Объект исследования – это то, на что направлен процесс познания.

Предмет исследования – это наиболее значимые с теоретической или практической точки зрения свойства, стороны, проявления, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению. Это угол зрения на объект, аспект его рассмотрения, дающий представление о том, что конкретно будет изучаться в объекте, как он будет рассматриваться, какие новые отношения, свойства, функции будут выявляться.

Требования к научной новизне исследования приведены в соответствующем разделе данных методических рекомендаций.

Представление использованных *методов исследования* позволяет оценить полноту охвата полученных студентом умений и навыков при выполнении бакалаврской работы.

Характеристика *структуры работы* представляет собой краткое содержание глав и параграфов основной части.

В основной части бакалаврской работы должно быть полно и систематизировано изложено состояние вопроса, которому посвящено данное исследование. Предметом анализа выступают новые идеи, проблемы, возможные подходы к их решению, результаты предыдущих исследований, а также возможные пути достижения поставленных цели и задач. Завершить основную часть желательно обоснованием выбранного направления работы.

Основная часть из трех глав, каждая из которых делится на параграфы в зависимости от темы исследования и его целей. В каждой главе должно быть не менее двух параграфов. Объем параграфа должен составлять не менее 8–10 страниц.

Основная часть работы состоит из теоретической (методологической) и практической (аналитической и проектной) составляющей.

В теоретической части проявляется умение студента систематизировать существующие разработки и теории по данной проблеме, критически их осмысливать, выделять существенное, оценивать опыт других исследователей, определять главное в изученности темы с позиций современных подходов, аргументировать собственное мнение. Поскольку в бакалаврской работе изучается определенная тема, то обзор работ предшественников следует делать только по вопросам выбранной темы. В обзоре литературы не нужно излагать все, что стало известно студенту из прочитанного и имеет лишь косвенное отношение к его работе.

При изложении спорных вопросов необходимо приводить мнения различных авторов. Если в работе критически рассматривается точка зрения какого-либо автора, при изложении его мысли следует приводить цитаты: только при этом условии критика

может быть объективной. Обязательным при наличии разных подходов к решению изучаемой проблемы является сравнение рекомендаций, содержащихся в действующих инструктивных материалах и работах различных авторов. Только после проведения сравнения следует обосновать свое мнение по спорному вопросу и выдвинуть соответствующие аргументы.

Теоретическая часть является обоснованием будущих разработок, так как позволяет выбрать методологию и методику всестороннего анализа проблемы.

По окончании практики на основании представленных документов и проведенной устной защиты выставляется зачет с занесением в специальную ведомость, в зачетную книжку и в приложение к диплому.

Формами отчетности научно - исследовательской работы являются следующие документы:

- Индивидуальное задание [Приложение 1]
- Направление на практику [Приложение 3];
- Титульный лист [Приложение 2]

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе проведения практики и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Базовый уровень (этап) Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту	Владеть: проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий (ОПК-1-Б-В1)	Не владеет навыками проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий	Частично владеет навыками проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий	Хорошо владеет навыками проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий	Отлично владеет навыками проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий
	- навыками регистрации гостей, используя гостиничные программы (ОПК-1-Б-В2)	Не владеет навыками регистрации гостей, используя гостиничные программы	Частично владеет навыками регистрации гостей, используя гостиничные программы	Хорошо владеет навыками регистрации гостей, используя гостиничные программы	Отлично владеет навыками регистрации гостей, используя гостиничные программы
	Уметь: проводить мониторинг в сфере информационных технологий	Не умеет проводить мониторинг в сфере информационных технологий	Частично умеет проводить мониторинг в сфере информационных технологий	Хорошо умеет проводить мониторинг в сфере информационных технологий	Отлично умеет проводить мониторинг в сфере информационных технологий

гостиничного продукта (ОПК -1 – Б)	(ОПК-1-Б-У1)	технологий	ных технологий	ных технологий	ных технологий
	уметь работать с гостиничной программой (ОПК-1-Б-У2)	Не умеет уметь работать с гостиничной программой	Частично умеет уметь работать с гостиничной программой	Хорошо умеет уметь работать с гостиничной программой	отлично умеет уметь работать с гостиничной программой
	Знать: значение информационных технологий в развитии современного общества (ОПК-1-Б-31)	Не знает значение информационных технологий в развитии современного общества	Частично знает значение информационных технологий в развитии современного общества	Хорошо знает значение информационных технологий в развитии современного общества	Отлично знает значение информационных технологий в развитии современного общества
	основные гостиничные программы (ОПК-1-Б-32)	Не знает основные гостиничные программы	Частично знает основные гостиничные программы	Хорошо знает основные гостиничные программы	Отлично знает основные гостиничные программы
Повышенный уровень (этап) Готовность способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 – П)	Владеть: навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников (ОПК-1-П-В1);	Не владеет навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников	Частично владеет навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников	Хорошо владеет навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников	Отлично владеет навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников
	разрабатывать новые услуги, идеи для развития отрасли (ОПК-1-П-В2)	Не владеет навыками по разработке новых услуг	Частично владеет навыками по разработке новых услуг	Хорошо владеет навыками по разработке новых услуг	Отлично владеет навыками по разработке новых услуг
	Уметь: работать с большими информационными объемами (ОПК-1-П-У1);	Не умеет работать с большими информационными объемами	Частично умеет работать с большими информационными объемами	Хорошо умеет работать с большими информационными объемами	отлично умеет работать с большими информационными объемами
	Анализировать результаты развития информационных технологий (ОПК-1-П-У2)	Не умеет анализировать результаты развития информационных технологий	Частично умеет анализировать результаты развития информационных технологий	Хорошо умеет анализировать результаты развития информационных технологий	отлично умеет анализировать результаты развития информационных технологий
	Знать: Основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации (ОПК-1-П-31)	Не знает основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации	Частично знает основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации	Хорошо знает основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации	Отлично знает основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации

	Тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией (ОПК-1-П-32)	Не знает тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией	Частично знает тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией	Хорошо знает тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией	Отлично знает тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией
--	---	---	---	---	--

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Базовый уровень (этап) <i>Способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг</i> (ПК - 9 –Б)	Владеть: - повышения экономической эффективности предприятия; (ПК -9 -Б – В1)	- не умеет создавать условия для повышения экономической эффективности предприятия	-частично владеет навыками по созданию условий для повышения экономической эффективности предприятия	- владеет навыками по созданию условий для повышения экономической эффективности предприятия	-великолепно владеет навыками по созданию условий для повышения экономической эффективности предприятия
	- навыками проведения анализа предприятия в выборе концепции маркетинга; (ПК -9 -Б –В2)	- не умеет проводить анализ предприятия в выборе концепции маркетинга	-частично умеет проводить анализ предприятия в выборе концепции маркетинга	- умеет проводить анализ предприятия в выборе концепции маркетинга	- великолепно умеет проводить анализ предприятия в выборе концепции маркетинга
	- определения функциональной структуры маркетингового управления; (ПК -9 -Б –В3)	- не умеет определять функциональную структуру маркетингового управления	- частично владеет навыками по определению функциональной структуры маркетингового управления	- владеет навыками по определению функциональной структуры маркетингового управления	- великолепно владеет навыками по определению функциональной структуры маркетингового управления
	- классификации факторов маркетинга; (ПК -9 -Б –В4)	- не владеет навыками по классификации факторов маркетинга	-частично владеет навыками по классификации факторов маркетинга	- владеет навыками по классификации факторов маркетинга	- великолепно владеет навыками по классификации факторов маркетинга
	- использования методик маркетинговых решений; (ПК -9 -Б –В5)	-не использует методики маркетинговых решений	-частично владеет навыками по использованию методик маркетинговых решений	-владеет навыками по использованию методик маркетинговых решений	-великолепно владеет навыками по использованию методик маркетинговых решений
	- Модернизация товара/услуги для экономической эффективности (ПК -9-Б –В6)	- не владеет навыками модернизации товара	-частично владеет навыками модернизации товара	-владеет навыками модернизации товара	-великолепно владеет навыками модернизации товара

- Сбор информации для проведения «комплекса маркетинга»; (ПК -9 -Б –В7)	- не владеет навыками сбора информации для проведения «комплекса маркетинга»;	-частично владеет навыками сбора информации для проведения «комплекса маркетинга»;	-владеет навыками сбора информации для проведения «комплекса маркетинга»;	-великолепно владеет навыками сбора информации для проведения «комплекса маркетинга»;
- Разработка товара рыночной новизны (ПК -9 -Б –В8)	- не владеет навыками по разработке товара рыночной новизны	- частично владеет навыками по разработке товара рыночной новизны	- владеет навыками по разработке товара рыночной новизны	- великолепно владеет навыками по разработке товара рыночной новизны
- Соединение основных элементов в товарной политике (ПК -9 -Б –В9)	- не применяет соединение основных элементов в товарной политике	- частично применяет соединение основных элементов в товарной политике	- применяет соединение основных элементов в товарной политике	- великолепно применяет соединение основных элементов в товарной политике
Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара» (ПК -9 -Б –В10)	- не использует Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара»	-частично использует Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара»	-использует Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара»	- великолепно использует Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара»
Уметь: - организовывать работу по обеспечению эффективных продаж; (ПК - 9 -Б –У1)	- не умеет организовывать работу по обеспечению эффективных продаж	- частично умеет организовывать работу по обеспечению эффективных продаж	- умеет организовывать работу по обеспечению эффективных продаж	- великолепно умеет организовывать работу по обеспечению эффективных продаж
- уметь использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия; (ПК - 9 -Б –У2)	- не умеет использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия	-частично умеет использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия	- умеет использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия	- великолепно умеет использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия
- анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления (ПК - 9 -Б –У3)	-не умеет анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления	- частично умеет анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления	- умеет анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления	-великолепно умеет анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления
систематизировать данные для проведения маркетингового исследования; (ПК - 9 -Б –У4)	- не умеет систематизировать данные для проведения маркетингового исследования	- частично умеет систематизировать данные для проведения маркетингового исследования	- умеет систематизировать данные для проведения маркетингового исследования	- великолепно умеет систематизировать данные для проведения маркетингового исследования

	- проводить маркетинговые исследования; (ПК - 9 -Б –У5)	- не умеет проводить маркетинговые исследования	- частично умеет проводить маркетинговые исследования	- умеет проводить маркетинговые исследования	- великолепно умеет проводить маркетинговые исследования
	- определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие; (ПК - 9-Б –У6)	- не умеет определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие;	- частично умеет определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие;	- умеет определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие;	- великолепно умеет определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие;
	- проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, preys, place, promotion); (ПК -9-Б –У7)	- не умеет проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, preys, place, promotion);	частично умеет проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, preys, place, promotion);	- умеет проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, preys, place, promotion);	- великолепно умеет проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, preys, place, promotion);
	- использовать алгоритм разработки товара/услуги; (ПК -9 -Б –У8)	- не умеет использовать использовать алгоритм разработки товара/услуги	- частично умеет использовать использовать алгоритм разработки товара/услуги	- умеет использовать использовать алгоритм разработки товара/услуги	- великолепно умеет использовать использовать алгоритм разработки товара/услуги
	- использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики (ПК - 9–Б-У9)	- не умеет использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики	- частично умеет использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики	- умеет использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики	- великолепно умеет использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики
	-разрабатывать стратегии ценообразования (ПК-9-Б-У10)	- не умеет разрабатывать стратегии ценообразования	Частично разрабатывать стратегии ценообразования	- умеет разрабатывать стратегии ценообразования	- великолепно умеет разрабатывать стратегии ценообразования
	Знать: содержание и сущность маркетинга; (ПК - 9 -Б –31)	- не знает содержание и сущность маркетинга	- частично знает содержание и сущность маркетинга	- знает содержание и сущность маркетинга	- великолепно знает содержание и сущность маркетинга
	-эволюцию развития маркетинга (ПК - 9 -Б –32)	- не знает эволюцию развития маркетинга	- частично знает эволюцию развития маркетинга	- знает эволюцию развития маркетинга;	- великолепно знает эволюцию развития маркетинга;
	- маркетинговое управление; (ПК - 9 -Б –33)	- не знает маркетинговое управление	- частично знает маркетинговое управление	- знает маркетинговое управление	- великолепно знает маркетинговое управление
	- структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга; (ПК - 9 -Б –34)	- не знает структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга	-частично знает структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга	-знает структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга	-великолепно знает структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга

	- маркетинговые исследования: содержание и методы; (ПК - 9 -Б –35)	- не знает маркетинговые исследования: содержание и методы	- частично знает маркетинговые исследования: содержание и методы	- знает маркетинговые исследования: содержание и методы	- великолепно знает маркетинговые исследования: содержание и методы
	- этапы жизненного цикла товара/услуги (ПК -9 -Б –36)	- не знает этапы жизненного цикла товара/услуги	- частично знает этапы жизненного цикла товара/услуги	- знает этапы жизненного цикла товара/услуги	- великолепно знает этапы жизненного цикла товара/услуги
	-«комплекс маркетинга» - «4P» (ПК -9-Б –37)	- не знает «Комплекс маркетинга» - «4P»	- частично знает «Комплекс маркетинга» - «4P»	- знает «Комплекс маркетинга» - «4P»	- великолепно знает «Комплекс маркетинга» - «4P»
	последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны (ПК -9 -Б –38)	- не знает - последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны	-частично знает последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны	- знает последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны	- великолепно знает последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны
	- основные направления при формировании товарной политики; (ПК - 9 -Б –39)	- не знает основные направления при формировании товарной политики;	- частично знает основные направления при формировании товарной политики;	- знает основные направления при формировании товарной политики;	- великолепно знает основные направления при формировании товарной политики;
	- Ценообразование в функциональной структуре маркетинга (ПК - 9-Б –310)	- не знает ценообразование в функциональной структуре маркетинга	- частично знает ценообразование в функциональной структуре маркетинга	- знает ценообразование в функциональной структуре маркетинга	- великолепно знает ценообразование в функциональной структуре маркетинга
Повышенный уровень (этап) Готовность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК -9 –П)	Владеть: анализа рынка и конкурентов, анализ гостиничного предприятия, анализ сегментов потребителей; (ПК-9 -П –В1);	- не владеет навыками изучения рынка гостиничного бизнеса и сегментов потребителей	-частично владеет навыками изучения рынка гостиничного бизнеса и сегментов потребителей	-владеет навыками изучения рынка гостиничного бизнеса и сегментов потребителей	-великолепно владеет навыками изучения рынка гостиничного бизнеса и сегментов потребителей
	- идентификация запросов сегментов (потребителей) (ПК -9 -П –В2)	- не владеет навыками идентификации запросов сегментов потребителей	- частично владеет навыками идентификации запросов сегментов потребителей	- владеет навыками идентификации запросов сегментов потребителей	- великолепно владеет навыками идентификации запросов сегментов потребителей
	- выделять критерии позиционирования товара/услуги; (ПК-9-П–В3);	- не владеет навыками выделения критериев позиционирования товара/услуги	- частично владеет навыками выделения критериев позиционирования товара/услуги	- владеет навыками выделения критериев позиционирования товара/услуги	- великолепно владеет навыками выделения критериев позиционирования товара/услуги

- Систематизации полученного материала в процессе сбора информации; (ПК -9 -П –В4)	- не владеет навыками систематизации и материала в процессе сбора информации	- частично владеет навыками систематизации материала в процессе сбора информации	- владеет навыками систематизации материала в процессе сбора информации	- великолепно владеет навыками систематизации материала в процессе сбора информации
- Поэтапное выполнение маркетингового исследования (ПК -9 -П –В5)	- не владеет навыками поэтапного выполнения маркетингового исследования	- частично владеет навыками поэтапного выполнения маркетингового исследования	- владеет навыками поэтапного выполнения маркетингового исследования	- великолепно владеет навыками поэтапного выполнения маркетингового исследования
- формирование и продвижение гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей; (ПК-9 -П–В6);	-не владеет навыками по формированию и продвижению гостиничного продукта	-частично владеет навыками по формированию и продвижению гостиничного продукта	-владеет навыками по формированию и продвижению гостиничного продукта	-великолепно владеет навыками по формированию и продвижению гостиничного продукта
- разработки рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителя. (ПК -9 -П –В7)	-не владеет навыками по разработке рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителей	-частично владеет навыками по разработке рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителей	-владеет навыками по разработке рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителей	-великолепно владеет навыками по разработке рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителей
- составление маркетингового плана предприятия на 1 год (ПК-9-П–В8);	- не владеет навыками составления маркетингового плана предприятия на 1 год	- частично владеет навыками составления маркетингового плана предприятия на 1 год	- владеет навыками составления маркетингового плана предприятия на 1 год	- великолепно владеет навыками составления маркетингового плана предприятия на 1 год
- по эффективности бюджетного плана (ПК -10 -П –В9)	-не владеет навыками по формированию эффективности плана	- частично владеет навыками по формированию эффективности плана	- владеет навыками по формированию эффективности плана	-великолепно владеет навыками по формированию эффективности плана
- По процессу убеждения в данной покупке (ПК-9 -П–В10)	- не владеет навыками по процессу убеждению в данной покупке	- частично владеет навыками по процессу убеждению в данной покупке	- владеет навыками по процессу убеждению в данной покупке	- великолепно владеет навыками по процессу убеждению в данной покупке
Уметь: - проводить SWOT - анализ (ПК - 9 -П –У1);	-не умеет проводить SWOT – анализ	- частично умеет проводить SWOT –анализ	- умеет проводить SWOT – анализ	- великолепно умеет проводить SWOT – анализ
охарактеризовать значения критериев сегментирования рынка (ПК- 9 -П –У2)	- не умеет охарактеризовать значения критериев сегмента рынка	- частично умеет охарактеризовать значения критериев сегмента рынка	- умеет охарактеризовать значения критериев сегмента рынка	- великолепно умеет охарактеризовать значения критериев сегмента рынка

	- анализировать сильные стороны товара/ услуги (ПК - 9 -П –У3);	- не умеет анализировать сильные стороны товара/услуги	-частично умеет анализировать сильные стороны товара/услуги	- умеет анализировать сильные стороны товара/услуги	- великолепно умеет анализировать сильные стороны товара/услуги
	- работать с большим объемом информации (ПК- 9 -П –У4)	- не умеет работать с большим объемом информации	- частично умеет работать с большим объемом информации	- умеет работать с большим объемом информации	- великолепно умеет работать с большим объемом информации
	- Составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой. (ПК- 9 -П –У5)	- не умеет составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой	- частично умеет составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой	- умеет составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой	-великолепно умеет составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой
	- организовать рекламную деятельность по продвижению компании; (ПК -9 -П –У6);	- не умеет организовать рекламную деятельность по продвижению компании	- частично умеет организовать рекламную деятельность по продвижению компании	- умеет организовать рекламную деятельность по продвижению компании	- великолепно умеет организовать рекламную деятельность по продвижению компании
	- разработать стратегию продвижения. (ПК- 9-П –У7)	- не умеет разрабатывать стратегию продвижения	-частично умеет разрабатывать стратегию продвижения	-умеет разрабатывать стратегию продвижения	-великолепно умеет разрабатывать стратегию продвижения
	- разработка плана действий (ПК -9 -П –У8);	- не умеет разрабатывать план действий	-частично умеет разрабатывать план действий	- умеет разрабатывать план действий	- великолепно умеет разрабатывать план действий
	- составлять бюджет маркетингового плана (ПК-9 -П–У9)	- не умеет составлять бюджет маркетингового плана	-частично умеет составлять бюджет маркетингового плана	- умеет составлять бюджет маркетингового плана	- великолепно умеет составлять бюджет маркетингового плана
	- Анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя (ПК- 9-П –У10)	- не умеет анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя	- частично умеет анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя	- умеет анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя	- великолепно умеет анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя
	Знать: - методологию маркетинговых исследований; (ПК - 9 -П –З1)	- не знает методологию маркетинговых исследований	- частично знает методологию маркетинговых исследований	- знает методологию маркетинговых исследований	-великолепно знает методологию маркетинговых исследований

	- критерии сегментирования рынка (ПК - 9 -П –32)	- не знает критерии сегментирования рынка	- частично знает критерии сегментирования рынка	- знает критерии сегментирования рынка	- великолепно знает критерии сегментирования рынка
	- методику позиционирования товара /услуги (ПК - 9 -П –33)	- не знает методику позиционирования товара/услуги	- частично знает методику позиционирования товара/услуги	- знает методику позиционирования товара/услуги	- великолепно знает методику позиционирования товара/услуги
	- классификацию маркетинговой информации (ПК - 9 -П –34)	-не знает классификацию маркетинговой информации	-частично знает классификацию маркетинговой информации	-знает классификацию маркетинговой информации	-великолепно знает классификацию информации
	- алгоритм маркетингового исследования (ПК - 9 -П –35)	- не знает алгоритм маркетингового исследования	-частично знает алгоритм маркетингового исследования	- знает алгоритм маркетингового исследования	- великолепно знает алгоритм маркетингового исследования
	- принципы продвижения; (ПК - 9 -П –36)	- не знает принципы продвижения	-частично знает принципы продвижения	-знает принципы продвижения	-великолепно знает принципы продвижения
	- алгоритм разработки стратегии продвижения. (ПК - 9 -П –37)	- не знает алгоритм разработки стратегии продвижения	- частично знает алгоритм разработки стратегии продвижения	- знает алгоритм разработки стратегии продвижения	- великолепно знает алгоритм разработки стратегии продвижения
	- детализация плана действий службы маркетинга (ПК - 9 -П –38)	- не знает детализацию плана действий службы маркетинга	- частично знает детализацию плана действий службы маркетинга	- знает детализацию плана действий службы маркетинга	- великолепно знает детализацию плана действий службы маркетинга
	- формирование бюджета маркетингового плана (ПК - 9-П –39)	- не знает основ по формированию бюджета маркетингового плана	-частично знает основы по формированию бюджета маркетингового плана	-знает основы по формированию бюджета маркетингового плана	-великолепно знает основы по формированию бюджета маркетингового плана
	- этапы контроля продаж (ПК -9-П–310)	- не знает этапы контроля продаж	- частично знает этапы контроля продаж	- знает этапы контроля продаж	- великолепно знает этапы контроля продаж

7.4. Описание шкал оценивания

Учебным планом по практике предусмотрен экзамен. Оценка знаний, навыков, умений (владений) опыта деятельности осуществляется по четырехбалльной шкале оценивания – отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

7.4.2. Шкала оценивания уровня (этапа) сформированности компетенции:

Компетенция сформирована на базовом уровне:

на «отлично», если не менее 65% показателей оценены не ниже «отлично» на базовом и повышенном уровне, а остальные не ниже «хорошо».

на «хорошо», если не менее 65% показателей оценены не ниже «хорошо» на базовом и повышенном уровне, а остальные не ниже «удовлетворительно».

на «удовлетворительно», если не менее 65% показателей оценены не ниже «удовлетворительно» на базовом и повышенном уровне.

Компетенция сформирована на повышенном уровне:

на «отлично», если не менее 65% показателей оценены не ниже «отлично» на повышенном уровне, а остальные не ниже «хорошо» на повышенном и базовом уровне.

на «хорошо», если не менее 65% показателей оценены не ниже «хорошо» на повышенном уровне, а остальные не ниже «удовлетворительно» на базовом и повышенном уровне.

на «удовлетворительно», если не менее 65% показателей оценены не ниже «удовлетворительно» на повышенном уровне.

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики.

№	Формируемая компетенция	Показатели сформированности компетенции	ФОС текущего контроля
	Базовый уровень (этап) Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 –Б)	Владеть: проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий (ОПК-1-Б-В1)	Задание 7.3.1.2 (ОПК -1-Б-В1) Задание 7.3.1.1 (ОПК -1-Б-В1)
		навыками по регистрации гостей, используя гостиничные программы (ОПК-1-Б-В2)	Задание 7.3.2.2 (ОПК -1-Б-В2) Задание 7.3.2.1 (ОПК -1-Б-В2)
		Уметь: - проводить мониторинг в сфере информационных технологий (ОПК-1-Б-У1)	Задание 7.2.1.1 (ОПК-1-Б-У1) Задание 7.2.1.2 (ОПК-1-Б-У1)
		- уметь работать с гостиничной программой (ОПК-1-Б-У2)	Задание 7.2.2.1 (ОПК-1-Б-У2) Задание 7.2.2.2 (ОПК-1-Б-У2)
		Знать: значение информационных технологий в развитии современного общества (ОПК-1-Б-З1)	Задание 7.1.1.1 (ОПК-1-Б-З1) Задание 7.1.1.2 (ОПК-1-Б-З1)
		- основные гостиничные программы (ОПК-1-Б-З2)	Задание 7.1.2.1 (ОПК-1-Б-З2) Задание 7.1.2.2 (ОПК-1-Б-З2)
	Повышенный уровень (этап) Готовность способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной	Владеть: - навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников (ОПК-1-П-В1);	Задание 7.3.1.2 (ОПК -1-П-В1) Задание 7.3.1.1 (ОПК -1-П-В1)
		- разрабатывать новые услуги, идеи для развития отрасли (ОПК-1-П -В2)	Задание 7.3.2.2 (ОПК -1-П-В2) Задание 7.3.2.1 (ОПК -1-П-В2)
		Уметь: - работать с большими информационными объемами (ОПК-1-П-У1);	Задание 7.2.1.1 (ОПК-1-П-У1) Задание 7.2.1.2 (ОПК-1-П-У1)
		- Анализировать результаты развития информационных технологий (ОПК-1-П-У2)	Задание 7.2.2.1 (ОПК-1-П-У2) Задание 7.2.2.2 (ОПК-1-П-У2)
		Знать: - Основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации	Задание 7.1.1.1 (ОПК-1-П-З1) Задание 7.1.1.1 (ОПК-1-П-З1)

	безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 –П)	(ОПК-1-П-31)	
		- Тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией (ОПК - 1 -П –32)	Задание 7.1.2.1 (ОПК-1-П-32) Задание 7.1.2.2 (ОПК-1-П-32)

7.1. Задания для приобретения, закрепления и углубления знаний:

Задание 7.1.1.1 (ОПК-1-Б-31)

Приведите аргументы значимости информационных технологий в развитии современного общества

Задание 7.1.1.2 (ОПК-1-Б-31)

Расскажите про инновационные информационные технологии в гостиничном бизнесе

Задание 7.1.2.1 (ОПК-1-Б-32)

Перечислите российские гостиничные программы

Задание 7.1.2.2 (ОПК-1-Б-32)

Перечислите зарубежные гостиничные программы

Задание 7.1.1.1 (ОПК-1-П-31)

Перечислите основные методы и способы получения информации

Задание 7.1.1.1 (ОПК-1-П-31)

Перечислите способы хранения информации о гостях в гостиничном бизнесе

Задание 7.1.2.1 (ОПК-1-П-32)

Какие тенденции развития информационных технологий

Задание 7.1.2.2 (ОПК-1-П-32)

Перечислите проблемы в средстве управления информацией

7.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Задание 7.2.1.1 (ОПК-1-Б-У1)

Проведите мониторинг инноваций в сфере информационных технологий

Задание 7.2.1.2 (ОПК-1-Б-У1)

Проведите мониторинг инноваций в сфере гостиничных программ

Задание 7.2.2.1 (ОПК-1-Б-У2)

Расскажите алгоритм работы checkout гостей, используя информационные технологии

Задание 7.2.2.2 (ОПК-1-Б-У2)

Расскажите алгоритм начисления оплаты за дополнительные услуги на счет гостя

Задание 7.2.1.1 (ОПК-1-П-У1)

Изучите главные новости журнала «Пять звезд» последних 5 выпусков. Систематизируйте материал

Задание 7.2.1.2 (ОПК-1-П-У1)

Изучите главные новости журнала «Тубизнеса» последних 5 выпусков. Систематизируйте материал

Задание 7.2.2.1 (ОПК-1-П-У2)

Перечислите результаты развития информационных технологий

Задание 7.2.2.2 (ОПК-1-П-У2)

Перечислите результаты развития информационных технологий в гостиничном бизнесе

7.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков и владений

Задание 7.3.1.2 (ОПК -1-Б-В1)

Проведите маркетинговое исследование на тему «Инновации в информационных технологиях»

Задание 7.3.1.1 (ОПК -1-Б-В1)

Проведите маркетинговое исследование на тему «Автоматизированные гостиничные программы»

Задание 7.3.2.2 (ОПК -1-Б-В2)

Расскажите алгоритм регистрации гостей и стандарты данной процедуры

Задание 7.3.2.1 (ОПК -1-Б-В2)

Расскажите алгоритм выписки гостей и стандарты данной процедуры

<i>№</i>	<i>Формируемая компетенция</i>	<i>Показатели сформированности компетенции</i>	<i>ФОС текущего контроля</i>
	Базовый уровень (этап) Способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК - 9 –Б)	Владеть: - повышения экономической эффективности предприятия; (ПК -9 -Б – В1)	Задание 7.3.1.2 (ПК -9-Б-В1) Задание 7.3.1.1 (ПК -9-Б-В1)
		- навыками проведения анализа предприятия в выборе концепции маркетинга; (ПК -9 -Б –В2)	Задание 7.3.2.2 (ПК -9-Б-В2) Задание 7.3.2.1 (ПК -9-Б-В2)
		- определения функциональной структуры маркетингового управления; (ПК -9 -Б –В3)	Задание 7.3.3.2 (ПК -9-Б-В3) Задание 7.3.3.1 (ПК -9-Б-В3)
		- классификации факторов маркетинга; (ПК -9 -Б –В4)	Задание 7.3.4.2 (ПК -9-Б-В4) Задание 7.3.4.1 (ПК -9-Б-В4)
		- использования методик маркетинговых решений; (ПК -9 -Б –В5)	Задание 7.3.5.2 (ПК -9-Б-В5) Задание 7.3.5.1 (ПК -9-Б-В5)
		- Модернизация товара/услуги для экономической эффективности (ПК -9 -Б –В6)	Задание 7.3.6.2 (ПК-9-Б-В6) Задание 7.3.6.1 (ПК-9-Б-В6)
		- Сбор информации для проведения «комплекса маркетинга» (ПК -9 -Б –В7)	Задание 7.3.7.1 (ПК -9-Б-В7) Задание 7.3.7.2 (ПК -9-Б-В7)
		- Разработка товара рыночной новизны (ПК -9 -Б –В8)	Задание 7.3.8.2 (ПК -9-Б-В8) Задание 7.3.7.1 (ПК -9-Б-В8)

	- Соединение основных элементов в товарной политике - цена, товар, место, продвижение и расширение товарного ассортимента (ПК -9 -Б –В9)	Задание 7.3.9.2 (ПК -9-Б-В9) Задание 7.3.9.1 (ПК -9-Б-В9)
	- Взаимоотношение «цена – позиционирование услуги/товара» (ПК -9 -Б–В10)	Задание 7.3.10.2 (ПК -10-Б-В10) Задание 7.3.10.1 (ПК -10-Б-В10)
	Уметь: - организовывать работу по обеспечению эффективных продаж; (ПК - 9 -Б –У1)	Задание 7.2.1.1 (ПК-9-Б-У1) Задание 7.2.1.2 (ПК-9-Б-У1)
	- уметь использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия; (ПК - 9 -Б –У2)	Задание 7.2.2.1 (ПК-9-Б-У2) Задание 7.2.2.2 (ПК-9-Б-У2)
	- анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления (ПК - 9 -Б –У3)	Задание 7.2.3.1 (ПК-9-Б-У3) Задание 7.2.3.2 (ПК-9-Б-У3)
	- систематизировать данные для проведения маркетингового исследования; (ПК - 9 -Б –У4)	Задание 7.2.4.1 (ПК-9-Б-У4) Задание 7.2.4.2 (ПК-9-Б-У4)
	- проводить маркетинговые исследования; (ПК - 9 -Б –У5)	Задание 7.2.5.1 (ПК-9-Б-У5) Задание 7.2.5.2 (ПК-9-Б-У5)
	- определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие; (ПК - 9 -Б –У6)	Задание 7.2.6.2 (ПК-9-Б-У6) Задание 7.2.6.1 (ПК-9-Б-У6)
	- проанализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, price, place, promotion); (ПК - 9 -Б –У7)	Задание 7.2.7.2 (ПК-9-Б-У7) Задание 7.2.7.1 (ПК-9-Б-У7)
	- использовать алгоритм разработки товара/услуги; (ПК - 9 -Б –У8)	Задание 7.2.8.2 (ПК-9-Б-У8) Задание 7.2.8.1 (ПК-9-Б-У8)
	использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики (ПК - 9 -Б –У9)	Задание 7.2.9.2 (ПК-9-Б-У9) Задание 7.2.9.1 (ПК-9-Б-У9)
	-разрабатывать стратегии ценообразования (ПК-9-Б-У10)	Задание 7.2.10.2 (ПК-9-Б-У10) Задание 7.2.10.1 (ПК-9-Б-У10)
	Знать: - содержание и сущность маркетинга; (ПК - 9 -Б –31)	Задание 7.1.1.1 (ПК-9-Б-31) Задание 7.1.1.2 (ПК-9-Б-31)
	-эволюцию развития маркетинга (ПК - 9 -Б –32)	Задание 7.1.2.1 (ПК-9-Б-32) Задание 7.1.2.2 (ПК-9-Б-32)
	- маркетинговое управление; (ПК - 9 -Б –33)	Задание 7.1.3.1 (ПК-9-Б-33) Задание 7.1.3.2 (ПК-9-Б-33)
	- структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга; (ПК - 9 -Б –34)	Задание 7.1.4.1 (ПК-9-Б-34) Задание 7.1.4.2 (ПК-9-Б-34)
	- маркетинговые исследования: содержание и методы; (ПК – 9-Б-35)	Задание 7.1.5.1 (ПК-9-Б-35) Задание 7.1.5.2 (ПК-9-Б-35)
	- этапы жизненного цикла товара/услуги (ПК – 9-Б-36)	Задание 7.1.6.2 (ПК-9-Б-36) Задание 7.1.6.1 (ПК-9-Б-36)
	-«комплекс маркетинга» - «4Р» (ПК – 9-Б-37)	Задание 7.1.7.2 (ПК-9-Б-37) Задание 7.1.7.1 (ПК-9-Б-37)
	- последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны (ПК – 9-Б-38)	Задание 7.1.8.1 (ПК-9-Б-38) Задание 7.1.8.2 (ПК-9-Б-38)

		- основные направления при формировании товарной политики; (ПК – 9-Б-39)	Задание 7.1.9.2 (ПК-9-Б-39) Задание 7.1.9.1 (ПК-9-Б-39)
		- Ценообразование в функциональной структуре маркетинга (ПК – 9-Б-310)	Задание 7.1.10.2 (ПК-9-Б-310) Задание 7.1.10.1 (ПК-9-Б-310)
	Повышенный уровень (этап) Готовность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК -9 –П)	Владеть: - анализа рынка и конкурентов, анализ гостиничного предприятия, анализ сегментов потребителей; (ПК-9 -П –В1);	Задание 7.3.1.2 (ПК -9-П-В1) Задание 7.3.1.1 (ПК -9-П-В1)
		- идентификация запросов сегментов (потребителей) (ПК -9 -П –В2)	Задание 7.3.2.2 (ПК -9-П-В2) Задание 7.3.2.1 (ПК -9-П-В2)
		- выделять критерии позиционирования товара/услуги; (ПК-9-П-В3);	Задание 7.3.3.2 (ПК -9-П-В3) Задание 7.3.3.1 (ПК -9-П-В3)
		- Систематизации полученного материала в процессе сбора информации; (ПК -9 -П –В4)	Задание 7.3.4.2 (ПК -9-П-В4) Задание 7.3.4.1 (ПК -9-П-В4)
		- Поэтапное выполнение маркетингового исследования (ПК -9-П-В5)	Задание 7.3.5.2 (ПК -9-П-В5) Задание 7.3.5.1 (ПК -9-П-В5)
		- формирование и продвижение гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей; (ПК -9-П-В6)	Задание 7.1.6.1 (ПК-9-П-36) Задание 7.1.6.2 (ПК-9-П-36)
		разработки рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителя. (ПК -9-П-В7)	Задание 7.1.7.2 (ПК-9-П-37) Задание 7.1.7.1 (ПК-9-П-37)
		- составление маркетингового плана предприятия на 1 год (ПК -9-П-В8)	Задание 7.1.8.2 (ПК-9-П-38) Задание 7.1.8.1 (ПК-9-П-38)
		- по эффективности бюджетного плана (ПК -9-П-В9)	Задание 7.1.9.2 (ПК-9-П-39) Задание 7.1.9.1 (ПК-9-П-39)
		- По процессу убеждения в данной покупке (ПК -9-П-В10)	Задание 7.1.10.2 (ПК-9-П-310) Задание 7.1.10.1 (ПК-9-П-310)
		Уметь: - проводить SWOT - анализ (ПК - 9 -П –У1);	Задание 7.2.1.1 (ПК-9-П-У1) Задание 7.2.1.2 (ПК-9-П-У1)
		- охарактеризовать значения критериев сегментирования рынка (ПК- 9 -П –У2)	Задание 7.2.2.1 (ПК-9-П-У2) Задание 7.2.2.2 (ПК-9-П-У2)
		- анализировать сильные стороны товара/ услуги (ПК - 9 -П –У3);	Задание 7.2.3.1 (ПК-9-П-У3) Задание 7.2.3.2 (ПК-9-П-У3)
		- работать с большим объемом информации (ПК- 9 -П –У4)	Задание 7.2.4.1 (ПК-9-П-У4) Задание 7.2.4.2 (ПК-9-П-У4)
		- Составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой. (ПК- 9 -П –У5)	Задание 7.2.5.1 (ПК-9-П-У5) Задание 7.2.5.2 (ПК-9-П-У5)
		- организовать рекламную деятельность по продвижению компании; (ПК- 9 -П –У6)	Задание 7.2.6.2 (ПК-9-П-У6) Задание 7.2.6.1 (ПК-9-П-У6)
	- разработать стратегию продвижения. (ПК- 9 -П –У7)	Задание 7.2.7.2 (ПК-9-П-У7) Задание 7.2.7.1 (ПК-9-П-У7)	
	разработка плана действий (ПК- 9 -П –У8)	Задание 7.2.8.2 (ПК-9-П-У8) Задание 7.2.8.1 (ПК-9-П-У8)	
	составлять бюджет маркетингового плана (ПК- 9 -П –У9)	Задание 7.2.9.2 (ПК-9-П-У9) Задание 7.2.9.1 (ПК-9-П-У9)	

	Анализировать и систематизировать материал по продажам компании и по процессу принятия решения со стороны покупателя (ПК- 9 -П –У10)	Задание 7.2.10.2 (ПК-9-П-У10) Задание 7.2.10.1 (ПК-9-П-У10)
	Знать: - методологию маркетинговых исследований (ПК - 9 -П –31)	Задание 7.1.1.1 (ПК-9-П-31) Задание 7.1.1.1 (ПК-9-П-31)
	- критерии сегментирования рынка (ПК - 9 -П –32)	Задание 7.1.2.1 (ПК-9-П-32) Задание 7.1.2.2 (ПК-9-П-32)
	- методику позиционирования товара /услуги (ПК - 9 -П –33)	Задание 7.1.3.1 (ПК-9-П-33) Задание 7.1.3.2 (ПК-9-П-33)
	- классификацию маркетинговой информации (ПК - 9 -П –34)	Задание 7.1.4.1 (ПК-9-П-34) Задание 7.1.4.2 (ПК-9-П-34)
	- алгоритм маркетингового исследования (ПК - 9 -П –35)	Задание 7.1.5.1 (ПК-9-П-35) Задание 7.1.5.2 (ПК-9-П-35)
	принципы продвижения; (ПК - 9 -П –36)	Задание 7.3.6.2 (ПК -9-П-В6) Задание 7.3.6.1 (ПК -9-П-В6)
	алгоритм разработки стратегии продвижения (ПК - 9 -П –37)	Задание 7.3.7.2 (ПК -9-П-В7) Задание 7.3.7.1 (ПК -9-П-В7)
	детализация плана действий службы маркетинга (ПК - 9 -П –38)	Задание 7.3.8.2 (ПК -9-П-В8) Задание 7.3.8.1 (ПК -9-П-В8)
	формирование бюджета маркетингового плана (ПК-9 –П-39)	Задание 7.3.9.2 (ПК -9-П-В9) Задание 7.3.9.1 (ПК -9-П-В9)
	этапы контроля продаж (ПК-9-П-310)	Задание 7.3.10.2 (ПК -9-П-В10) Задание 7.3.10.1 (ПК -9-П-В10)

7.1. Задания для приобретения, закрепления и углубления знаний:

Задание 7.1.1.1 (ПК-9-Б-31)

Дайте трактовку определению «маркетинг»

Задание 7.1.1.2 (ПК-9-Б-31)

Расскажите содержание и значимость изучения основ маркетинга

Задание 7.1.2.1 (ПК-9-Б-32)

Перечислите основные этапы развития маркетинга

Задание 7.1.2.2 (ПК-9-Б-32)

Дайте описание и выделите особенности каждого этапа развития маркетинга

Задание 7.1.3.1 (ПК-9-Б-33)

Что такое «маркетинговое управление»

Задание 7.1.3.2 (ПК-9-Б-33)

Какие особенности у маркетингового управления

Задание 7.1.4.1 (ПК-9-Б-34)

Дайте характеристику внешним факторам маркетинга

Задание 7.1.4.2 (ПК-9-Б-34)

Дай характеристику внутренним факторам маркетинга

Задание 7.1.5.1 (ПК-9-Б-35)

Аргументируйте значимость и сущность маркетинговых исследований

Задание 7.1.5.2 (ПК-9-Б-35)

Выделите методы проведения маркетинговых исследований

Задание 7.1.6.1 (ПК-9-Б-36)

Приведите аргументы значимости жизненного цикла товара/услуг

Задание 7.1.6.2 (ПК-9-Б-36)

Охарактеризуйте каждый этап жизненного цикла товара/услуг

Задание 7.1.7.1 (ПК-9-Б-37)

Что означает «4P» в маркетинге?

Задание 7.1.7.2 (ПК-9-Б-37)

Рассмотрите и охарактеризуйте каждый компонент «4P»

Задание 7.1.8.1 (ПК-9-Б-38)

Дайте аргументы разработке товара рыночной новизны

Задание 7.1.8.2 (ПК-9-Б-38)

Дайте алгоритм разработки нового товара/услуги

Задание 7.1.9.1 (ПК-9-Б-39)

Дайте определение понятию «товарная политика»

Задание 7.1.9.2 (ПК-9-Б-39)

Выделите основные направления при формировании товарной политики

Задание 7.1.10.1 (ПК-9-Б-310)

Дайте определение понятию «ценообразование»

Задание 7.1.10.2 (ПК-9-Б-310)

Определите значимость ценообразования в функциональной структуре маркетинга

Задание 7.1.1.1 (ПК-9-П-31)

Дайте определению понятию «методология»

Задание 7.1.1.1 (ПК-9-П-31)

Выделите теоретические аспекты методологию маркетинговых исследований

Задание 7.1.2.1 (ПК-9-П-32)

Дайте определение понятию «сегментация»

Задание 7.1.2.2 (ПК-9-П-32)

Выделите основные критерии сегментирования рынка

Задание 7.1.3.1 (ПК-9-П-33)

Дайте определение понятию «позиционирование»

Задание 7.1.3.2 (ПК-9-П-33)

Определите методику позиционирования товаров/услуг

Задание 7.1.4.1 (ПК-9-П-34)

Аргументируйте значимость и достоверность маркетинговой информации

Задание 7.1.4.2 (ПК-9-П-34)

Выделите виды маркетинговой информации

Задание 7.1.5.1 (ПК-9-П-35)

Какая значимость маркетинговых исследований для предприятия

Задание 7.1.5.2 (ПК-9-П-35)

Обоснуйте алгоритм проведения маркетинговой информации

Задание 7.1.6.1 (ПК-9-П-36)

Приведите аргументы необходимости продвижения товара/услуги

Задание 7.1.6.2 (ПК-9-П-36)

Выделите принципы продвижения товара/услуги

Задание 7.1.7.1 (ПК-9-П-37)

Дайте определение понятию «стратегия продвижения»

Задание 7.1.7.2 (ПК-9-П-37)

Перечислите алгоритм разработки стратегии продвижения

Задание 7.1.8.1 (ПК-9-П-38)

Взаимодействие службы маркетинга с другими службами предприятия

Задание 7.1.8.2 (ПК-9-П-38)

Приведите аргументы детализации плана службы маркетинга

Задание 7.1.9.1 (ПК-9-П-39)

Дайте определению понятию «маркетингового плана»

Задание 7.1.9.2 (ПК-9-П-39)

Выделите основные аспекты формирования бюджета маркетингового плана

Задание 7.1.10.1 (ПК-9-П-310)

Выделите основные этапы контроля продаж

Задание 7.1.10.2 (ПК-9-П-310)

Аргументируйте значимость контроля продаж в маркетинге

7.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Задание 7.2.1.1 (ПК-9-Б-У1)

Разработайте план продаж на месяц для гостиничного предприятия

Задание 7.2.1.2 (ПК-9-Б-У1)

Разработайте план продаж на год для гостиничного предприятия и обеспечить его выполнение

Задание 7.2.2.1 (ПК-9-Б-У2)

Выберите концепцию маркетинга и приведите аргументы данного выбора

Задание 7.2.2.2 (ПК-9-Б-У2)

Разработайте конкретные мероприятия согласно выбранной концепции для решения поставленных задач

Задание 7.2.3.1 (ПК-9-Б-У3)

Проанализируйте организационную структуру отдела маркетинга

Задание 7.2.3.2 (ПК-9-Б-У3)

Проведите анализ взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления

Задание 7.2.4.1 (ПК-9-Б-У4)

Проведите маркетинговое исследование средств размещений различной категорийности и систематизируйте информацию

Задание 7.2.4.2 (ПК-9-Б-У4)

Проведите маркетинговое исследование в ресторанном бизнесе и систематизируйте информацию

Задание 7.2.5.1 (ПК-9-Б-У5)

Проведите маркетинговое исследование на тему «Тенденции развития гостиничного бизнеса (на примере региона)»

Задание 7.2.5.2 (ПК-9-Б-У5)

Проведите маркетинговое исследование на тему «Качество обслуживания в гостиницах (на примере региона)»

Задание 7.2.6.1 (ПК-9-Б-У6)

Рассмотрите жизненный цикл гостиничной корпорации и дайте характеристику

Задание 7.2.6.2 (ПК-9-Б-У6)

Рассмотрите жизненный цикл ресторанным холдингам и дайте характеристику

Задание 7.2.7.1 (ПК-9-Б-У7)

Примените формулу «4р» на базе гостиничного предприятия

Задание 7.2.7.2 (ПК-9-Б-У7)

Примените формулу «4р» на базе ресторана

Задание 7.2.8.1 (ПК-9-Б-У8)

Разработайте дополнительные услуги для гостиничных предприятий

Задание 7.2.8.2 (ПК-9-Б-У8)

Разработайте дополнительные услуги для предприятий общественного питания

Задание 7.2.9.1 (ПК-9-Б-У9)

Проанализируйте товарную политику гостиничного предприятия

Задание 7.2.9.2 (ПК-9-Б-У9)

Проанализируйте товарную политику предприятий общественного питания

Задание 7.2.10.1 (ПК-9-Б-У10)

Сформируйте стратегию ценообразования для гостиничного предприятия (разные категории средств размещения)

Задание 7.2.10.2 (ПК-9-Б-У10)

Сформируйте стратегию ценообразования для предприятия общественного питания (ресторан, кафе, бар)

Задание 7.2.1.1 (ПК-9-П-У1)

Сделайте SWOT – анализ гостиничного предприятия

Задание 7.2.1.2 (ПК-9-П-У1)

Сделайте SWOT – анализ ресторанного предприятия

Задание 7.2.2.1 (ПК-9-П-У2)

Определите портрет гостей гостиничного предприятия 5*\4*\3*

Задание 7.2.2.2 (ПК-9-П-У2)

Определите портрет гостей ресторана\кафе\бара

Задание 7.2.3.1 (ПК-9-П-У3)

Выделите сильные и слабые стороны гостиничного предприятия

Задание 7.2.3.2 (ПК-9-П-У3)

Выделите сильные и слабые стороны предприятия общественного питания

Задание 7.2.4.1 (ПК-9-П-У4)

Изучите новости и события на портал гостиничного бизнеса

Задание 7.2.4.2 (ПК-9-П-У4)

Изучите новости и события на портал ресторанного бизнеса

Задание 7.2.5.1 (ПК-9-П-У5)

Составьте схему проведения маркетинговых исследований по проблеме нехватки средств размещения эконо-варианта

Задание 7.2.5.2 (ПК-9-П-У5)

Составьте схему проведения маркетинговых исследований по проблеме высокой конкуренции в ресторанном бизнесе.

Задание 7.2.6.1 (ПК-9-П-У6)

Разработайте рекламную компанию для гостиничного предприятия

Задание 7.2.6.2 (ПК-9-П-У6)

Разработайте рекламную компанию для предприятия общественного питания

Задание 7.2.7.1 (ПК-9-П-У7)

Разработайте стратегию продвижения гостиничного предприятия

Задание 7.2.7.2 (ПК-9-П-У7)

Разработайте стратегию продвижения предприятия общественного питания

Задание 7.2.8.1 (ПК-9-П-У8)

Разработайте план развития гостиничного предприятия

Задание 7.2.8.2 (ПК-9-П-У8)

Разработайте план развития предприятия общественного питания

Задание 7.2.9.1 (ПК-9-П-У9)

Составьте бюджет маркетингового плана для гостиничного предприятия

Задание 7.2.9.2 (ПК-9-П-У9)

Составьте бюджет маркетингового плана для предприятия общественного питания

Задание 7.2.10.1 (ПК-9-П-У10)

Проанализируйте уровень продаж гостиничного предприятия по месяцам

Задание 7.2.10.2 (ПК-9-П-У10)

Проанализируйте уровень продаж предприятий общественного питания по месяцам

7/3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков и владений

Задание 7.3.1.1 (ПК -9-Б-В1)

Рассчитайте увеличение дохода гостиничного предприятия после проведения маркетинговых мероприятий

Задание 7.3.1.2 (ПК -9-Б-В1)

Рассчитайте увеличение дохода предприятий общественного питания после проведения маркетинговых мероприятий

Задание 7.3.2.1 (ПК -9-Б-В2)

Приведите аргументы по выбору концепции маркетинга

Задание 7.3.2.2 (ПК -9-Б-В2)

Дайте сравнительную характеристику и выделите преимущества каждой концепции

Задание 7.3.3.1 (ПК -9-Б-В3)

Составьте организационную структуру маркетингового управления

Задание 7.3.3.2 (ПК -9-Б-В3)

Распишите должностные обязанности сотрудников службы маркетинга

Задание 7.3.4.1 (ПК -9-Б-В4)

Определите внешние факторы маркетинга, тормозящие развитие компании

Задание 7.3.4.2 (ПК -9-Б-В4)

Определите внутренние факторы маркетинга, тормозящие развитие компании

Задание 7.3.5.1 (ПК -9-Б-В5)

Примените методики маркетинговых решений на примере гостиничного предприятия

Задание 7.3.5.2 (ПК -9-Б-В5)

Примените методики маркетинговых решений на примере предприятия общественного питания

Задание 7.3.6.1 (ПК-9-Б-В6)

Рассчитайте стоимость модернизации товара\услуги

Задание 7.3.6.2 (ПК-9-Б-В6)

Рассчитайте экономическую выгоду от модернизации товара\услуги

Задание 7.3.7.1 (ПК -9-Б-В7)

Соберите информацию о состоянии гостиничных корпораций

Задание 7.3.7.2 (ПК -9-Б-В7)

Соберите информацию о состоянии ресторанных холдингах

Задание 7.3.7.1 (ПК -9-Б-В8)

Разработайте новые товары\услуги для гостиничного предприятия

Задание 7.3.8.2 (ПК -9-Б-В8)

Разработайте новые товары\услуги для предприятий общественного питания

Задание 7.3.9.1 (ПК -9-Б-В9)

Сформируйте оптимальную товарную политику гостиничного предприятия

Задание 7.3.9.2 (ПК -9-Б-В9)

Сформируйте оптимальную товарную политику гостиничного предприятия

Задание 7.3.10.1 (ПК -10-Б-В10)

Сформируйте взаимоотношение цена-качество для гостиничного предприятия

Задание 7.3.10.2 (ПК -10-Б-В10)

Сформируйте взаимоотношение цена-качество для предприятия общественного питания

Задание 7.3.1.1 (ПК -9-П-В1)

Проведите анализ конкурентов гостиничного предприятия

Задание 7.3.1.2 (ПК -9-П-В1)

Проведите анализ сегментов потребителей различных гостиничных предприятий

Задание 7.3.2.1 (ПК -9-П-В2)

Изучите потребности сегментов гостиничных предприятий

Задание 7.3.2.2 (ПК -9-П-В2)

Изучите потребности сегментов предприятий общественного питания

Задание 7.3.3.1 (ПК -9-П-В3)

Выделите критерии позиционирования различных средств размещения

Задание 7.3.3.2 (ПК -9-П-В3)

Выделите критерии позиционирования различных предприятий общественного питания

Задание 7.3.4.1 (ПК -9-П-В4)

Систематизируйте информация гостиничных порталов

Задание 7.3.4.2 (ПК -9-П-В4)

Систематизируйте информацию ресторанных порталов

Задание 7.3.5.1 (ПК -9-П-В5)

Проведите маркетинговое исследование по темам гостиничного бизнеса

Задание 7.3.5.2 (ПК -9-П-В5)

Проведите маркетинговое исследование по темам ресторанного бизнеса

Задание 7.3.6.1 (ПК -9-П-В6)

Разработайте стратегию продвижения гостиничных услуг

Задание 7.3.6.2 (ПК -9-П-В6)

Разработайте стратегию продвижения гостиничного предприятия

Задание 7.3.7.1 (ПК -9-П-В7)

Сформируйте макет рекламной продукции

Задание 7.3.7.2 (ПК -9-П-В7)

Рассчитайте затраты на разработку рекламной продукции

Задание 7.3.8.1 (ПК -9-П-В8)

Разработайте план маркетинга на год для гостиничного предприятия

Задание 7.3.8.2 (ПК -9-П-В8)

Разработайте план маркетинга на год для предприятий общественного питания

Задание 7.3.9.1 (ПК -9-П-В9)

Оцените эффективность разработанного бюджетного плана для гостиничного предприятия

Задание 7.3.9.2 (ПК -9-П-В9)

Оцените эффективность разработанного бюджетного плана для предприятия общественного питания

Задание 7.3.10.1 (ПК -9-П-В10)

Разработайте тренинги по работе с персоналом для взаимодействия с потребителями

Задание 7.3.10.2 (ПК -9-П-В10)

Проведите деловую игру по теме убеждения гостя в покупке.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В процессе прохождения практики контролируются и оцениваются уровень сформированности показателей профессиональной компетенции (ОПК-1, ПК-9), а также полнота и качество представленных отчетных документов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме защиты отчета о прохождении практики (дифференцированного зачета).

Защита практики (дифференцированный зачет) проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии.

К промежуточной аттестации не допускаются обучающиеся, не сдавшие отчет о прохождении практики. При защите практики все обучающиеся размещаются в аудитории. В ходе защиты преподаватель и присутствующие в аудитории обучающиеся могут задавать уточняющие и дополнительные вопросы.

Защита практики включает в себя:

- доклад обучающегося о прохождении практики;
- анализ выполнения индивидуальных заданий на практику и анализа и оценки действий обучающегося в ходе практики;
- ответы обучающегося на вопросы руководителя практики от образовательной организации и других обучающихся. В зависимости от результатов защиты руководителя практики от образовательной организации выставляет обучающемуся оценку в соответствии со следующими критериями:

Оценка	Характеристики ответа обучающегося на базовом уровне	Характеристики ответа обучающегося на повышенном уровне
Отлично	- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, - правильно решены и выполнены все практические задачи и упражнения	- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, излагались логически последовательно; самостоятельно анализировались факты, события, явления, процессы профессиональной деятельности. - правильно решены и выполнены все практические задачи и упражнения.
Хорошо	- даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное; - правильно решены и выполнены более 75% практических задач и упражнений.	- даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими. - правильно решены и выполнены более 75% практических задач и упражнений, но не всегда использовались рациональные методики расчётов.
Удовлетворительно	- даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования; - правильно решены и выполнены не менее половины практических задач и упражнений	- даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы; - правильно решены и выполнены не менее половины практических задач и упражнений.
Неудовлетворительно	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно».	не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым удовлетворительно.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и интернет - ресурсы

	Литература по РПД	Iprbooks (+)	Библиотека Росноу
	<p>Основная литература</p> <p>1. Скворцова Л.М. Методология научных исследований. М.: Ай Пи Эр Медиа, 2014.</p> <p>2. Рузавин Г.И. Методология научного познания. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012</p>	+ +	
	<p>Дополнительная литература</p> <p>1. Мельшина Н.А. История и методология науки туристской индустрии. М.: Вузовское образование, 2013</p> <p>2. Родионова Д.Д., Сергеева Е.Ф. Основы научно-исследовательской работы. Кемерово: КГУКИИ, 2010</p>	+ +	
	<p>Основная литература</p> <p>1. Руденко Л.Л. Технологии гостиничной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Руденко Л.Л., Овчаренко Н.П., Косолапов А.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 176 с.</p>	+	
	<p>Дополнительная литература</p> <p>1. Прончева О.К. Специализированные средства размещения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Прончева О.К.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2013.— 96 с.</p>	+	
	<p>Основная:</p> <p>1. Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице: учеб. пособие- М.: Магистр, 2008.</p> <p>2. Белобрагин В.Я. «Качество. Введение в науку об управлении качеством. Учебное пособие - М.: РИА «Стандарты и качество», 2013.</p>		25 25
	<p>Дополнительная:</p> <p>1. Джеймс Р. Эванс Управление качеством [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Джеймс Р. Эванс— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 671 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/12857.</p>		25
	<p>Основная литература</p> <p>1. Годин А.М. Брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 183 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24775</p> <p>2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8976.</p>	+ +	
	<p>Дополнительная литература</p> <p>1. Головлева Е.Л. Основы брендинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Головлева Е.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2011.— 164 с.— Режим доступа:</p> <p>2. Зотов В.В. Бренд-решения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Зотов В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 80 с.—</p>	+ +	
	<p>Основная литература</p> <p>1. Черевичко Т.В. Экономика туризма. -М: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К2, 2010.-264 с.</p> <p>2. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. Учеб.пособ. Доп. УМО по образ.в области произв. Менеджмента в кач.учебника для студ. - М.: "Академия", 2005. -192 с.</p>		В библиотеке РОСНОУ 190 100
	<p>Дополнительная литература</p> <p>1. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. Модули 1, 2.-М., РосНОУ, 2007.</p> <p>2. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Реком. УМО по образованию в области сервиса в кач. учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по спец. "Социально-культурный сервис и туризм" / Морозов М. А. - М.: Академия, 2004. - 288 с.</p>		100 2

Б) Интернет - ресурсы

1. Для профессионалов индустрии гостеприимства.
2. URL: <http://www.hospitality.ru>
- a. Журнал «Пять звезд». Гостиничный бизнес.
3. URL: <http://5stars-mag.ru/about/>
4. Журнал «Отель». URL: <http://www.hotelmagazine.ru/>
5. Портал гостиничного бизнеса. URL: <http://www.hotelline.ru/>
6. Нормативно – правовой документ «Порядок классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи»
7. Нормативно – правовой документ «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ»

9. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Прохождение практики с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 09 ноября 2015 года №1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методические рекомендации по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04. 2014 №АК-44\05 вн, «Положением о порядке обучения студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным приказом ректора от 06 ноября 2015 №60\о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от 20 мая 2016 года №187\о.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом их индивидуальных психофизических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные задания и консультации.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

Индивидуальное задание, содержание, планируемые результаты и совместный рабочий график (план) проведения практики

(Ф.И.О. обучающегося полностью)

Направление подготовки/специальность: _____

Направленность (профиль)/специализация: _____

Вид
практики: _____
(учебная, производственная, в том числе преддипломная)

Тип
практики: _____

Наименование предприятия (организации) места прохождения практики: _____

Наименование структурного подразделения: _____

Сроки прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Содержание
практики: _____

(указываются основные виды и задачи профессиональной деятельности, в выполнении которых обучающийся приобретает опыт)

№	Индивидуальные задания, раскрывающие содержание практики	Планируемые результаты практики	Совместный рабочий график (план) проведения практики	Отметка о выполнении
1.	Владеть навыками проведения маркетингового исследования с отслеживанием тенденций развития информационных технологий	Базовый уровень (этап) Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом		
2.	Владеть навыками по регистрации гостей, используя гостиничные программы			
3.	Уметь проводить мониторинг в сфере информационных технологий			
4.	Уметь работать с гостиничной программой			
5.	Знать значение информационных технологий в развитии современного общества			
6	Знать основные гостиничные программы			

		основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 –Б)			
13	Владеть навыками по систематизации материала из первичных и вторичных источников	Повышенный уровень (этап) Готовность способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК -1 –П)			
14	Владеть навыками по разработке новых услуг				
15	Уметь работать с большими информационными объемами				
16	Анализировать результаты развития информационных технологий				
17	Знать основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации				
18	Знать тенденции развития информационных технологий и выявление проблем в средстве управления информацией				
19	Владеть навыками повышения экономической эффективности предприятия		Базовый уровень (этап) Способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК - 9 –Б)		
20	Владеть навыками проведения анализа предприятия в выборе концепции маркетинга				
21	Владеть навыками определения функциональной структуры маркетингового управления				
22	Владеть навыками классификации факторов маркетинга				
23	Владеть навыками использования методик маркетинговых решений				
24	Владеть навыками модернизации товара/услуги для экономической эффективности				
25	Навыками сбора информации для проведения «комплекса маркетинга»				
26	Владеть навыками по разработке товара рыночной новизны				
27	Владения навыками соединения основных элементов в товарной политике - цена, товар, место, продвижение и расширение товарного ассортимента				
28	Владеть навыками по установлению взаимоотношение «цена –				

	позиционирование услуги/товара			
29	Уметь организовывать работу по обеспечению эффективных продаж			
30	уметь использовать различные концепции маркетинга для управления предприятия			
31	Уметь анализировать систему взаимодействия субъектов рынка при организации на предприятиях маркетингового управления			
32	Уметь систематизировать данные для проведения маркетингового исследования			
33	Уметь проводить маркетинговые исследования			
34	Уметь определить, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие			
35	Уметь анализировать товар/ услугу по формуле «4р» (product, price, place, promotion);			
36	Уметь использовать алгоритм разработки товара/услуги			
37	Уметь использовать концепцию «4р» при формировании товарной политики			
38	Уметь разрабатывать стратегии ценообразования			
39	Знает содержание и сущность маркетинга			
40	Знает эволюцию развития маркетинга			
41	Знает маркетинговое управление			
42	Знает структуру и общую характеристику внешних и внутренних факторов маркетинга;			
43	Знает маркетинговые исследования: содержание и методы;			
44	Знает этапы жизненного цикла товара/услуги			
45	Знает «комплекс маркетинга» - «4Р»			
46	Знает последовательность разработки товара/услуги рыночной новизны			
47	Знает основные направления при формировании товарной политики			
48	Знает Ценообразование в функциональной структуре маркетинга			
49	Владеть навыками анализа рынка и конкурентов, анализ гостиничного предприятия, анализ сегментов потребителей	Повышенный уровень (этап) Готовность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК -9 –II)		
50	Владеть навыками идентификации запросов сегментов (потребителей)			
51	Владеть навыками выделения критериев позиционирования товара/услуги			
52	Владеть навыками систематизации полученного материала в процессе сбора информации			
53	Владеть навыками поэтапного выполнения маркетингового			

	исследования			
54	Владеть навыками формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей			
55	Владеть навыками по разработке рекламной продукции, способной привлечь внимание потребителя			
56	Владеть навыками составления маркетингового плана предприятия на 1 год			
57	Владеть навыками по оценке эффективности бюджетного плана			
58	Владеть навыками в убеждении в данной покупке			
59	Уметь проводить SWOT - анализ			
60	Уметь охарактеризовать значения критериев сегментирования рынка			
61	Уметь анализировать сильные стороны товара/ услуги			
62	Уметь работать с большим объемом информации			
63	Уметь Составлять алгоритм маркетингового исследования, в связи с поставленной проблемой			
70	Знать критерии сегментирования рынка			
71	Знать методику позиционирования товара /услуги			
72	Знать классификацию маркетинговой информации			
73	Знать алгоритм маркетингового исследования			
74	принципы продвижения;			
75	Знать алгоритм разработки стратегии продвижения			
76	Знать детализация плана действий службы маркетинга			
77	Знать формирование бюджета маркетингового плана			
78	Знать этапы контроля продаж			

Руководитель практики
от АНО ВО «Российский новый университет» _____ Ф.И.О.
(подпись)

«Согласовано»
Руководитель практики от организации _____ Ф.И.О.
(В случае, если практика организована _____
в профильной организации) (подпись)

АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Туризма и культурного наследия
Направление 43.03.03 Гостиничное дело

О Т Ч Е Т

по научно - исследовательской работе

Студент _____ группа _____

Руководитель практики
АНО ВО «РосНОУ»

подпись, дата

Ф.И.О.

МОСКВА

20__

АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

105005, Москва, ул. Радио, д.22

тел. 223-43-70

Направляется студент (ка)

На практику на период с _____ по _____

« _____ » _____ 200__ г. Декан факультета _____

(линия отрыва)

Отзыв руководителя предприятия (учреждения)

Студент (ка) _____ за время прохождения

практики с _____ по _____ полностью выполнил(а)

индивидуальное задание практики с оценкой _____

При этом (краткий отзыв) _____

Руководитель _____

Заключение кафедры о прохождении практики

Студент (ка) с _____ по _____ прошел(а)

практику на _____

(название предприятия)

и по итогам защиты заслуживает оценку _____

« _____ » _____ 200__ г. Зав. кафедрой _____