

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

КАФЕДРА ТУРИЗМА



УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор

Л.А.Омельянович

2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МОНИТОРИНГ МИРОВОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ И
РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Укрупненная группа: 43.00.00 Сервис и туризм

Программа высшего профессионального образования: магистратура

Направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело

Магистерская программа: Гостиничное и ресторанное дело

Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса

Курс, форма обучения: I, очная, заочная

Учебный год: 2018-2019

Донецк
2018

Рабочая программа **Мониторинг мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг** для студентов по направлению подготовки **43.04.03 «Гостиничное дело»** 12 июня 2018 года № 37- 11 с.

Разработчики: Охременко Светлана Игоревна, к.т.н., доцент



Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма

Протокол от "12" июня 2018 года № 37

Заведующий кафедрой

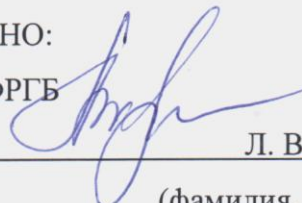
_____ И. А. Ангелина
(подпись) (фамилия, инициалы)



СОГЛАСОВАНО:

И. О. декана ФРГБ

_____ Л. В. Крылова
(подпись) (фамилия, инициалы)

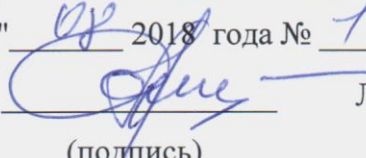


«13» 06 2018 года

Одобрено Учебно - методическим советом Университета

Протокол от "30" 08 2018 года № 1

Председатель _____ Л.А.Омельянович
(подпись)



1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателей	Укрупненная группа, направление подготовки (профиль, магистерская программа), специальности, программа высшего профессионального образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная (очно-заочная) форма обучения
Количество зачетных единиц 3	Укрупненная группа 43.00.00 «Сервис и туризм» Направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело	Вариативная	
Модулей - 1	Магистерская программа «Гостиничное и ресторанное дело»	Год подготовки:	
Смысловых модулей - 2		VI - й	VI - й
Индивидуальные научно-исследовательские задания <i>Подготовка бизнес-проекта, рефератов и научных статей по приведенной тематике</i>		Семестр	
Общее количество часов - 108		2 - й	2 - й
Количество часов в неделю для очной формы обучения аудиторных - 2 самостоятельной работы студента - 4	Программа высшего профессионального образования Магистратура	Лекции	
		18 час.	8 час.
		Практические, семинарские занятия	
		18 час.	12 час.
		Лабораторные работы	
		Самостоятельная работа	
		72 час.	88 час.
Индивидуальные задания:			
Вид контроля: дифференцированный зачет			

Примечания.

- Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения - 36/72
для заочной формы обучения – 20/88

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: предоставление будущим специалистам гостиничного и ресторанного дела теоретических знаний и практических навыков в мониторинге рынка гостиничной и ресторанной сфере, ознакомить с общими правилами организации и планирования маркетинговой деятельности путем использования мониторинга рынка гостинично-ресторанного бизнеса, технологии проведения маркетинговых исследований и формирования различных видов политики мониторинга в гостинично-ресторанной сфере.

Задача: изучение путей, методов и подходов практического использования инструментов мониторинга в сфере гостинично-ресторанного бизнеса.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

М.1.В.15. «Мониторинг мирового рынка гостиничных и ресторанных услуг» является учебной дисциплиной вариативной части профессионального цикла рабочего учебного плана по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело». Компетенции, формируемые в ходе освоения дисциплины, связаны с содержанием дисциплин учебного плана подготовки магистров 1-2 года обучения: «Стратегический Менеджмент».

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК): готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

производственно-технологическая деятельность:

способностью принимать стратегические и тактические решения в гостиничной деятельности (ПК-2);

готовностью планировать, анализировать и оценивать результаты деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей (ПК-5);

организационная деятельность:

способностью проводить комплексные исследования гостиничного рынка с использованием современных научных методов (ПК-6);

готовностью исследовать и оценивать эффективность инноваций в гостиничной индустрии (ПК-8);

готовностью прогнозировать перспективы развития гостиничной индустрии на федеральном, региональном, муниципальном уровне (ПК-11);

проектно-конструкторская деятельность:

готовностью к формированию и продвижению гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-13);

готовностью к совершенствованию гостиничной деятельности и формированию клиентурных отношений (ПК-15).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: методологию мониторинга и его специфику в гостинично-ресторанном бизнесе; особенности проведения маркетинговых исследований с целью определения рыночных возможностей заведений гостиничного и ресторанного хозяйства; процесс

сегментации рынка и позиционирования в системе маркетинга гостиничного и ресторанного хозяйства; стратегическое планирование маркетинговой деятельности учреждений гостиничного и ресторанного хозяйства.

уметь: проводить анализ рынка в гостиничном и ресторанном бизнесе; выявлять характеристики и диапазон гостиничного и ресторанного продукта; определять диапазон функции мониторинга; осуществлять сегментацию рынка, использовать различные методики изучения рынка; анализировать маркетинговое планирование; разрабатывать маркетинговую и ценовую стратегию; анализировать концепцию торговой марки, давать оценку практике рекламной деятельности и методике ее проведения; анализировать различные аспекты поведения клиента; разрабатывать стратегию и специальные методики для оптимизации продаж.

владеть:

- базовыми навыками проведения мониторинга рынка гостеприимства;
- составлением матрицы обеспечения;
- мониторингом цен, емкости рынка и др.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОНИТОРИНГА РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ И РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Тема 1. Маркетинговый мониторинг, как основа ведения эффективного гостинично-ресторанного бизнеса

- 1.1. Мониторинг как составляющая управления различными сферами практической деятельности
- 1.2. Понятия, цели и задачи мониторинга
- 1.3. Наблюдение, регистрация и сбор информации
- 1.4. Отслеживание ситуации на рынке, как обязательное условие успешного бизнеса в гостинично-ресторанной сфере.

Тема 2 . Мониторинг рынка: как инструмент разработки стратегических преимуществ

- 2.1. Основные проблемы мониторинга рынка
- 2.2. Связь мониторинга со стратегическим менеджментом
- 2.3. Выбор направлений развития и моментов для действия
- 2.4. Привлечение соцсетей в мониторинге

Тема 3. Современное развитие мирового гостиничного хозяйства: функциональные и территориальные особенности

- 3.1. Современные факторы развития индустрии гостеприимства
- 3.2. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства
- 3.3. Модели гостеприимства

Смысловой модуль 2. НАПРАВЛЕНИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МОНИТОРИНГА РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ И РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Тема 4. Мониторинг цен, его значение в гостинично-ресторанном бизнесе

- 4.1. Понятие мониторинга цен и его проведение
- 4.2. Мониторинг цен конкурентов
- 4.3. Ценовой мониторинг конкурентов. Интернет-магазин

Тема 5. Мониторинг емкости рынка

- 5.1. Емкость рынка понятие и сущность
- 5.2. Емкость рынка товаров
- 5.3. Потенциальная емкость рынка
- 5.4. Определение емкости рынка
- 5.5. Расчет емкости рынка
- 5.6. Формула емкости рынка
- 5.7. Оценка емкости рынка

5.8. Прогнозирование емкости рынка отдельных групп товаров и услуг

5.9. Емкость и доля рынка

Тема 6. Мониторинг потребительских преимуществ

6.1. Теория потребительского поведения

6.2. Влияние доходов потребителя на его потребительское поведение

6.3. Изменение цен и дохода потребителя

Тема 7. Мониторинг рынка конкурентов

7.1. Понятие конкурентного мониторинга, его цели и задачи.

7.2. Система показателей и оценок конкурентного анализа.

7.3. Ценовой мониторинг

7.4. Мониторинг СМИ

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма						заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л	п	лаб	инд	с.р.с		л	п	лаб	инд	с.р.с
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Смысловой модуль I.												
Тема 1. Маркетинговый мониторинг, как основа ведения эффективного гостинично-ресторанного бизнеса	12	2	2			8		1	1			12
Тема 2. Мониторинг рынка: как инструмент разработки стратегических преимуществ	12	2	2			8		1	2			13
Тема 3. Современное развитие мирового гостиничного хозяйства: функциональные и территориальные особенности	12	2	2			8		1	1			13
Итого по смысловому модулю I	36	6	6			24		3	4			38
Смысловой модуль II.												
Тема 4. Мониторинг цен, его значение в гостинично-ресторанном бизнесе	12	2	2			8		1	2			13
Тема 5. Мониторинг емкости рынка	24	4	4			16		2	2			12
Тема 6. Мониторинг потребительских преимуществ	24	4	4			16		1	2			13
Тема 7. Мониторинг рынка конкурентов	12	2	2			8		1	2			12
Итого по смысловому модулю 2	72	12	12			48		5	8			50
Всего часов	108	18	18			72	108	8	12			88

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Не запланированы		

8. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Услуга и ее роль в современной экономике	2	1
2	Методы мониторинга рынка услуг	2	1
3	История становления и развития сферы гостеприимства	2	1
4	История развития гостиничной сферы	2	2
5	Мировое гостиничное хозяйство после Второй мировой войны.	2	2
6	Современное развитие мирового гостиничного хозяйства: функциональные и территориальные особенности. Современные тенденции развития мировой гостиничной индустрии.	4	2
7	Основные тенденции развития мировой гостиничной индустрии	2	2
8	Ресторанное хозяйство и тенденции его развития	2	1
	ВСЕГО	18	12

9. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Не запланированы		

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа студента предусматривает изучения и анализ рынка гостиничных и ресторанных услуг конкретных городов России и Украины (по 8 городов на одного студента)

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Мониторинг рынка городов России	30	44
2	Мониторинг рынка городов Украины	22	44
	Всего	72	88

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Разработка бизнес проекта гостиничного или ресторанныго предприятия на основе изученной информации по мониторингу рынка, написание статей и тезисов

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Комплект учебно-методических материалов для обеспечения и сопровождения рабочей программы включает:

- современную отечественную и зарубежную учебную и научную литературу,
- статистические данные,
- перечень тем рефератов,
- комплекты контрольных вопросов для проверки знаний студентов,
- электронный конспект лекций
- методические рекомендации по организации практической и самостоятельной работы студентов.

13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Мониторинг как составляющая управления различными сферами практической деятельности
2. Понятия, цели и задачи мониторинга
3. Наблюдение, регистрация и сбор информации
4. Отслеживание ситуации на рынке, как обязательное условие успешного бизнеса в гостинично-ресторанной сфере.
5. Основные проблемы мониторинга рынка
6. Связь мониторинга со стратегическим менеджментом
7. Выбор направлений развития и моментов для действия
8. Привлечение соцсетей в мониторинге
9. Современные факторы развития индустрии гостеприимства
10. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства
11. Модели гостеприимства
12. Понятие мониторинга цен и его проведение
13. Мониторинг цен конкурентов
14. Ценовой мониторинг конкурентов. Интернет-магазин
15. Емкость рынка понятие и сущность
16. Емкость рынка товаров
17. Потенциальная емкость рынка
18. Определение емкости рынка
19. Расчет емкости рынка
20. Формула емкости рынка
21. Оценка емкости рынка
22. Прогнозирование емкости рынка отдельных групп товаров и услуг
23. Емкость и доля рынка
24. Теория потребительского поведения
25. Влияние доходов потребителя на его потребительское поведение
26. Изменение цен и дохода потребителя
27. Понятие конкурентного мониторинга, его цели и задачи.
28. Система показателей и оценок конкурентного анализа.
29. Ценовой мониторинг
30. Мониторинг СМИ

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа							Сумма в балах
Смысловой модуль 1			Смысловой модуль 2				
45			55				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	100
15	15	15	10	10	15	20	

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

По шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
A	90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Заремба П.А. Мониторинг мирового рынка гостинично-ресторанных услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов всех форм обучения, направления подготовки 43. 03. 03 «Гостиничное дело» / П.А., Заремба, С.И. Охременко ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Каф. гостиничного и ресторанного дела. - Донецк: [ДонНУЭТ], 2015. - Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

2. Заремба П.А. Маркетинг гостинично-ресторанного хозяйства [Электронный ресурс]: электронный конспект лекций для студентов всех форм обучения, направления подготовки 43. 03. 03 «Гостиничное дело» / П.А., Заремба, С.И. Охременко ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Каф. гостиничного и ресторанного дела. - Донецк: [ДонНУЭТ], 2015. - Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

Дополнительная

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. – СПб.: Питер, 2014. – 384 с.

2. Кулагина Г.Д., Попелева СВ., Сенин В.С. Статистика туризма: Учеб. пособие / Г.Д. Кулагина, СВ. Попелева, В.С. Сенин. -М.: МЭСИ, 2012. – 375 с.

3. Статистика рынка товаров и услуг / Под ред. И. К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 2015.

4. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е.П. Голубков. – М., 2014. – 350 с.

Электронные ресурсы

1. Журнал «Гостиничный и ресторанный бизнес»

2. Журнал «Питание и общество»

3. ПИР/ ежегодный справочник индустрии общественного питания и развлечений.

4. Журнал “Пир-питание” (специальное издание для профессионалов общественного питания, Москва) .

5. Журнал “Ресторанная жизнь”.

6. Журнал «Ресторатор»

7. Журнал «Маркетинг»

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Клуб маркетологов - <http://www.marketingclub.org.ua/>

2. Marketing media review - [mmr.ua](http://www.mmr.ua)

3. База маркетинговой информации - <http://www.marketing.vc/>

4. Українська асоціація маркетингу - uam.in.ua/

5. Журнал «Маркетинг и реклама» - www.mr.com.ua/

Все о туризме: туристическая библиотека - tourlib.net

17. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются:

- лекционная мультимедийная аудитория № 3636;
- мультимедийные средства (проекторы, ноутбуки);
- компьютерные рабочие места;
- программное обеспечение;
- наборы слайдов и кинофильмов по темам дисциплины.

18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Должность (для совместителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, которое окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
Охременко Светлана Игоревна	Доцент кафедры туризма	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского "Пищевая технология" в 2008г "Экономика и предпринимательство" 2013г	к.т.н., по спец. 05.18.15 "Товароведение пищевых продуктов", "Товароведная оценка качества пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением"	Институт последипломного образования Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. "Школа молодого специалиста" Свидетельство о повышении квалификации 12СПК 636838 2009-2010гг, ООО"АтласДонбасс"(гостиница "RAMADA") Организация и управление предприятием ГРХ" 2016г ООО «Отель Апельсин» г. Москва Маркетинговая деятельность гостиничных предприятий 2018г

Программа составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО и учебным планом по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело» профилю «Гостиничное и ресторанное дело».