

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в гостиничной индустрии» для направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
Направленность (профиль) образовательной программы - Гостиничная деятельность**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

получение теоретических знаний и приобретение практических навыков принятия решений, связанных со способностью комплексного и системного использования маркетинговых инструментов и их применения для эффективной деятельности и устойчивого развития гостиничного предприятия

Задачи изучения дисциплины:

освоение теории и практики маркетинговых исследований;
формирование умения анализировать и прогнозировать рыночную среду и деятельность субъектов рынка;
освоение методов и технологий маркетинговых исследований;
получение навыков применения видов и методов маркетинговых исследований в гостиничной индустрии.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Маркетинг	ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ИД-1ОПК-4 Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов ИД-2ОПК-4 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе с помощью онлайн технологий ИД-3ОПК-4 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет

3. Содержание дисциплины

Теоретические основы маркетинга в гостиничной индустрии. Рынок гостиничных услуг. Особенности маркетинга гостиничных услуг. Гостиничный продукт, сущность и особенности формирования продуктовой стратегии гостиничного предприятия. Управление маркетингом гостиничного предприятия.