

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства» 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 по проведению маркетинговых исследований исследований в гостиничной индустрии.

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 метод 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

2.2 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-6. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ИД-1ПК-6 Использует прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности ИД-2ПК-6 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства

	ИД-ЗПК-6 Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности
--	---

3. Содержание дисциплины

Основные направления маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Методы сбора информации . Разработка анкеты и форм сбора данных. Исследование маркетинговой среды. Анализ конкурентной среды. Анализ продукта и оценка его конкурентоспособности. Курсовая работа.