

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в гостиничной индустрии» для направления подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель 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 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 товаров и услуг.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции и индикаторы их достижения:

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-1 ОПК-4 Знать: основные понятия маркетинга, характеристики рынка гостиничных услуг, принципы маркетинга, понятие маркетинговых сред, основные каналы распределения услуг предприятия размещения, понятия маркетинговых стратегий, функции маркетинговой службы ИД-2 ОПК-4 Уметь: пользоваться понятийным аппаратом маркетинга, оценивать рынки сбыта, клиентов, конкурентов гостиничного предприятия, выделять сегменты рынка, выбирать и применять эффективные методы и технологии продаж гостиничного продукта, составлять планы маркетинга предприятия ИД-3 ОПК-4 Владеть: методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, навыками формирования и продвижения гостиничного продукта в соответствии с запросами клиентов, приемами эффективных продаж гостиничного продукта

3. Содержание дисциплины

1	Теоретические основы маркетинга в гостиничной индустрии
2	Рынок гостиничных услуг. Особенности маркетинга гостиничных услуг
3	Система товародвижения в маркетинге гостиничного предприятия
4	Управление маркетингом гостиничного предприятия