

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

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 методик маркетинговых исследований в гостиничной индустрии.

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	<p>ИД-1 ОПК-4 Знать: Роль и значение исследования рынка услуг гостеприимства и общественного питания; этапы проведения комплексного исследований рынка гостеприимства и общественного питания; виды и способы проведения исследований на рынках сферы гостеприимства и общественного питания; критерии сегментирования потребителей и выбора целевого рынка; методику расчёта ёмкости рынка; варианты позиционирования предприятий гостеприимства и общественного питания</p> <p>ИД-2 ОПК-4 Уметь: проводить исследование рынка гостеприимства и общественного питания; применять кабинетные и полевые методы исследования; производить оценку конкурентоспособности услуг гостеприимства и общественного питания; разделять потребителей на сегменты и выбирать целевой рынок; определить ёмкость рынка; выбрать оптимальный вариант позиционирования предприятия гостеприимства и общественного питания</p> <p>ИД-3 ОПК-4 Владеть: методиками исследования рынка сферы гостеприимства и общественного питания; инструментами полевых и кабинетных исследований рынка гостеприимства и общественного питания; современными технологиями сбора и анализа мар-</p>

		кетинговой информации; методами проведения сегментирования потребителей и выбора целевого рынка; методами расчёта ёмкости рынка;
--	--	--

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-1 ПК-6 Знать: основные методы прикладных исследований в сфере гостеприимства и общественного питания ИД-2 ПК-6 Уметь: проводить прикладные исследования в сфере гостеприимства и общественного питания ИД-3 ПК-6 Владеть: методиками исследования рынка сферы гостеприимства и общественного питания;

3. Содержание дисциплины

1	Теоретические основы маркетинговых исследований товаров и услуг
2	Методология маркетинговых исследований товаров и услуг
3	Направления маркетинговых исследований товаров и услуг
4	Сбор информации, анализ и прогнозирование данных