

**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 (модуля)**

**Цель изучения 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 методов маркетинговых исследований в гостиничной индустрии.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины 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 <small>опк-4</small> Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов ИД-2 <small>опк-4</small> Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе с помощью онлайн технологий ИД-3 <small>опк-4</small> Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет

**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 <small>пк-6</small> Использует прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности ИД-2 <small>пк-6</small> Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства ИД-3 <small>пк-6</small> Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности

**3. Содержание дисциплины (модуля)**

- 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 товара и услуг и оценка их конкурентоспособности.