

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

Б1.В.19 «МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», ОФО: 3 зачетные единицы (108 часов, из них: 40,3 контактные часы (36 часов аудиторной работы); 32 часа самостоятельной работы; контроль 35,7 часов).

Целью дисциплины освоения дисциплины «Маркетинг гостиничного предприятия» является формирование у студентов теоретических и практических знаний о современной системе маркетинга гостиничного предприятия, знакомство с основными правилами и законами маркетинга в индустрии гостеприимства, разделами маркетинга, спецификой маркетинговой политики гостиничного предприятия.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов знаний и умений в области предоставления гостиничных услуг населению;
- получение бакалавром знаний по истории маркетинга и структуре современного маркетинга;
- получение бакалавром знаний о состоянии и прогнозах потребительского рынка России в области гостиничного бизнеса;
- получение знаний об объектах, субъектах, средствах маркетинговой деятельности;
- получение знаний о маркетинговой среде, политике в области сбыта, ценообразования и продвижения гостиничных услуг;
- получение бакалавром знаний о стратегии и тактики маркетинга;
- получение бакалавром знаний об организации и управления маркетингом;
- получение знания о методах исследования потребительского спроса на рынке гостиничных услуг.

Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» относится к вариативной части основной образовательной программы. Актуальность курса «Маркетинг гостиничного предприятия» связана с вопросом интенсивного развития и обновления структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ маркетинга позволяют специалистам-менеджерам стимулировать сбыт гостиничных услуг путем продвижения, изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику гостиничного предприятия.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Гостиничный менеджмент», «Сервисная деятельность».

Требования к уровню освоения дисциплины.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих *профессиональных компетенций (ПК)*:

– готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-1).

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих *общекультурная компетенция (ОК)*:

– способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Маркетинг гостиничного предприятия»

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-1	готовность к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителям	<ul style="list-style-type: none"> – теоретические и методологические основы маркетинга гостиничного предприятия; – состав и содержание комплекса маркетинга гостиничного предприятия; – факторы маркетинговой среды гостиничного предприятия; – технологию сбора и использования информации о рынке, конкурентах и потребителях; – специфику поведения потребителей на рынке гостиничных услуг; – технологию построение политики сегментирования и позиционирования услуг гостиничного предприятия на рынке; – варианты организации и управления маркетинговой деятельностью на предприятиях сферы гостеприимства. 	<ul style="list-style-type: none"> – прогнозировать спрос и предложение на услуги, планировать издержки и финансовые результаты деятельности гостиничных предприятий; – проводить анализ рынка гостиничных услуг; – планировать деятельности гостиничного предприятия; – разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения гостиничного предприятия; – оценить качество сервисного обслуживания гостиничного предприятия; – проводить маркетинговые исследования рынка и потребительского спроса. 	<ul style="list-style-type: none"> – приемами изучения потребителя; – навыками работы с информационными системами; – методами проведения маркетинговых исследований в гостеприимстве и своевременного получения рыночной информации; – маркетинговым инструментарием для принятия оптимальных управленческих решений в гостиничных предприятиях; – принципами менеджмента качества предоставления гостиничных услуг; – методами взаимоотношений с потребителем в процессе оказания гостиничных услуг; – приемами управления конкурентоспособностью гостиничного предприятия.
2.	ОК-4	способностью использовать	– теоретические основы процесса сбора маркетинговой	– исследовать рынок гостиничных услуг;	– навыками составления технического задания

		<p>основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>	<p>информации; – понятие и состав маркетинговой информационной системы гостиничного предприятия; – методологию проведения маркетинговых исследований; – сегментацию рынка потенциальных потребителей гостиничного предприятия; – методы сбора маркетинговой информации о социально-психологическом и демографическом портрете потребителя; – методы сбора маркетинговых данных на национальном и региональном уровне; – юридические аспекты проведения маркетинговых исследований; – законодательство по ведению марочной политики и разработки фирменного стиля.</p>	<p>– сформировать маркетинговую информационную систему гостиничного предприятия; – создать портрет целевой аудитории гостиничного предприятия; – составить техническое задание маркетинговых исследований особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; – сформировать торговую марку предприятия.</p>	<p>маркетинговых исследований потребителей; – искусством составления опросных анкет и листов для сбора первичных данных о потребителях; – анализом полученных результатов с применением методов статистики; – приемами составления портрета потенциального клиента; – приемами разработки фирменного стиля.</p>
--	--	--	--	--	---

Таблица 2 – Основные разделы дисциплины, ОФО 3 семестр

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1	Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью гостиничного предприятия	6	2	2	2
2	Рынок гостиничных услуг и его компоненты	8	2	2	4
3	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в гостиничном бизнесе	8	2	2	4
4	Основные этапы процесса управления маркетингом в гостиничном бизнесе	8	2	2	4
5	Гостиничный продукт и формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия	8	2	2	4
6	Ценообразование в гостиничном маркетинге	8	2	2	4
7	Политика распределения и стратегии сбыта гостиничных предприятий	8	2	2	4
8	Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения гостиничных продуктов и услуг	8	2	2	4
9	Практика международного маркетинга в гостиничном бизнесе	6	2	2	2
	<i>Итого по дисциплине:</i>		18	18	32

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг: гостеприимство, туризм [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 1071 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

3. Муртузалиев Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: Дашков и К, 2017. – 166 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94021>.

4. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 160 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69115>.

5. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 218 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/CB24C9EC-8469-434F-A1F0-84AAAA111C3A>

6. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 338 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/A5C2BCE9-AB75-44C1-B75D-59841C8FA74E>

Автор РПД доктор геогр. наук, доцент



М.Л. Некрасова