

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 ВПО

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	– 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.	– 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.	– 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

	основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	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.	– 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.	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.
--	--	---	---	--

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>
2. Тультаев Т.А. Маркетинг гостеприимства [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 295 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91069>
3. 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>.

4. Усманов В.В. Марусева И.В., Кокарева А.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – Пенза: ПензГТУ, 2012. – 324 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62578>.

5. Корнеевец В.С., Семенова Л.В., Драгилева И.И. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учебное пособие. – 2-е изд. – Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2008. – 172 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/13139>

6. Уокер Д. Управление гостеприимством: Вводный курс [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 880 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118745>

Автор РПД доктор геогр. наук, доцент



М.Л. Некрасова