

## **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе дисциплины

### **Б1.В.ДВ.03.02 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА**

**Объем трудоемкости дисциплины** для студентов направления подготовки 05.04.02 «География» (уровень магистратуры), ОФО: 2 зачетные единицы (72 часа, из них: 22,2 контактные часы (22 часов аудиторной работы); 49,8 часов самостоятельной работы).

**Целью дисциплины** «Стратегический маркетинг предприятий гостиничного хозяйства» является освоение студентами теоретических и практических знаний о стратегическом маркетинге предприятия гостиничного хозяйства, знаний, умений и навыков разработки и реализации стратегии, обеспечивающей наращивание конкурентных преимуществ предприятия гостиничного хозяйства в длительной перспективе.

#### **Задачи дисциплины:**

- изучить системы маркетинговых стратегий предприятия гостиничного хозяйства, разрабатываемых на различных уровнях управления, рассматривая при этом маркетинговую стратегию как часть корпоративной системы управления;
- изучить стратегических моделей и матриц для маркетингового управления потенциалом предприятия гостиничного хозяйства, ее поведением на рынке, выбором конкурентной позиции;
- рассмотреть технологии формирования маркетинговой стратегии для удовлетворения потребительских предпочтений, обеспечения конкурентного преимущества и разработки комплекса стратегических мероприятий предприятия гостиничного хозяйства по достижению поставленных целей;
- выявить механизмы управления товарными рынками, ценовой политикой предприятия гостиничного хозяйства, системами сбыта и распределения продукции, системой продвижения продукции на рынки (новая продукция, новые рынки).

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО.**

Дисциплины «Стратегический маркетинг предприятий гостиничного хозяйства» относится к вариативной части основной образовательной программы Блок 1. Актуальность курса «Стратегический маркетинг предприятий гостиничного хозяйства» связана с вопросом интенсивного развития и обновления структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ стратегического управления и планирования позволяют специалистам-менеджерам стимулировать сбыт услуг предприятия гостиничного хозяйства путем продвижения, изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать политика комплекса маркетинга.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Современные проблемы туристской индустрии», «Организационное

проектирование и управление проектами», «Прогнозирование и планирование туристской деятельности».

### **Требования к уровню освоения дисциплины.**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих *общекультурных/общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК, ОПК, ПК)*:

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОПК-5);

- способностью формулировать проблемы, задачи и методы комплексных и отраслевых географических научных исследований; получать новые достоверные факты на основе наблюдений, опытов, научного анализа эмпирических данных, реферировать научные труды в области общей и отраслевой географии, составлять аналитические обзоры накопленных сведений в мировой науке и производственной деятельности, обобщать полученные результаты в контексте ранее накопленных в науке знаний; формулировать выводы и практические рекомендации на основе репрезентативных и оригинальных результатов исследований (ПК-1);

**Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Стратегический маркетинг предприятий гостиничного хозяйства»**

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                                                                                             | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                                                                                                   | знать                                                                                                                                                                                                                                                             | уметь                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | владеть                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 1.     | ОПК-5              | способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности. | – стратегии маркетинга: цели, виды, критерии выбора, оценку их эффективности;<br>– управление маркетингом и организацией;<br>– виды инноваций и процесс их разработки и внедрения;<br>– определение стратегической полезности долгосрочных маркетинговых решений. | – выбирать стратегии маркетинга, обеспечивающие эффективное функционирование организации;<br>– уметь использовать на практике основные подходы к оценке бизнес-среды предприятия и к анализу эффективности и контролю реализации его стратегии;<br>– принимать стратегические решения;<br>– определить стратегический потенциал. | – умениями выбора стратегий маркетинга;<br>– инструментами контроля над реализацией выбранной стратегии;<br>– методикой аудита эффективности деятельности предприятия;<br>– методикой формирования и выбора вариантов стратегий предприятия;<br>– навыками определения стратегической полезности долгосрочных управленческих отношений. |
| 2.     | ПК-1               | способностью формулировать проблемы, задачи и методы                                                                                                              | – стратегии комплекса маркетинга предприятия гостиничного хозяйства;<br>– стратегию конкуренции                                                                                                                                                                   | – разработать стратегии достижения экономической прибыли;<br>– выбрать стратегии                                                                                                                                                                                                                                                 | – навыками принятия стратегических решений по увеличению рыночной доли предприятия гостиничного                                                                                                                                                                                                                                         |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>комплексных и отраслевых географических научных исследований; получать новые достоверные факты на основе наблюдений, опытов, научного анализа эмпирических данных, реферировать научные труды в области общей и отраслевой географии, составлять аналитические обзоры накопленных сведений в мировой науке и производственной деятельности, обобщать полученные</p> | <p>предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– стратегию повышения качества услуг предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– стратегию усиления позиций на рынке гостиничных услуг;<br/>– стратегию экономического роста;<br/>– инвестиционную стратегию;<br/>– стратегию максимизации стоимости предприятия гостиничного хозяйства.</p> | <p>увеличения рыночной доли предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– разработать стратегическое решение по продуктовой политике предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– разработать стратегическое решение по сбытовой политике предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– разработать стратегическое решение при ценообразовании предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– разработать стратегическое решение по коммуникационной политике предприятий гостиничного хозяйства.</p> | <p>хозяйства;<br/>– навыками принятия решений по повышению эффективности стратегий комплекса маркетинга предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– методами оценки стоимости предприятия гостиничного хозяйства;<br/>– навыками принятия стратегических решений относительно максимизации стоимости предприятия гостиничного хозяйства;</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|    |      |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                             |
|----|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |      | результаты в контексте ранее накопленных в науке знаний; формулировать выводы и практические рекомендации на основе репрезентативных и оригинальных результатов исследований |                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                             |
| 3. | ОК-3 | готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– характеристику рынка гостиничных услуг г. Краснодара и Краснодарского края и стратегию ведущих предприятий;</li> <li>– стратегию развития мировой гостиничной индустрии.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– определить место российской гостиничной отрасли в мировой гостиничной индустрии;</li> <li>– использовать структурную теорию трех стадий развития проса в гостиничном бизнесе.</li> </ul> | – навыками применения количественной теории стратегических изменений в гостиничном бизнесе. |

**Таблица 2 – Основные разделы дисциплины, ОФО 3 семестр**

| № раздела | Наименование разделов                                                                      | Количество часов |                           |           |                           |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------|-----------|---------------------------|
|           |                                                                                            | Всего            | Аудитор-<br>ная<br>работа |           | Внеаудитор-<br>ная работа |
|           |                                                                                            |                  | Л                         | ПЗ        |                           |
| 1         | 2                                                                                          | 3                | 4                         | 5         | 6                         |
| 1         | Концепции и методики стратегического управления предприятием гостиничного хозяйства        | 10               | 2                         | 2         | 6                         |
| 2         | Стратегии развития индустрии гостеприимства                                                | 8                | -                         | 2         | 6                         |
| 3         | Стратегия как система развития конкурентных преимуществ предприятия гостиничного хозяйства | 8                | -                         | 2         | 6                         |
| 4         | Ситуационный анализ деятельности предприятия гостиничного хозяйства                        | 10               | 2                         | 2         | 6                         |
| 5         | Стратегические решения по продуктовой политике предприятия гостиничного хозяйства          | 8                | -                         | 2         | 6                         |
| 6         | Стратегические решения по сбытовой политики предприятия гостиничного хозяйства             | 8                | -                         | 2         | 6                         |
| 7         | Стратегические решения при ценообразовании предприятия гостиничного хозяйства              | 8                | -                         | 2         | 6                         |
| 8         | Стратегические решения по коммуникационной политики предприятий гостиничного хозяйства     | 11,8             | 2                         | 2         | 7,8                       |
|           | <i>Итого по дисциплине:</i>                                                                |                  | <b>6</b>                  | <b>16</b> | <b>49,8</b>               |

**Курсовые работы:** не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

**Основная литература:**

1. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]. – М.: Альпина Пабlishер, 2016. – 224 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/87929>

2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг [Текст]: учебник для студентов вузов – 5-е изд. – СПб [и др.]: Питер, 2008. – 368 с. – 14 экз.

3. Лужнова Н.В., Калиева О.М. Стратегическое маркетинговое управление [Электронный ресурс]: учебник. – Оренбург: ОГУ, 2017. – 289 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

Автор РПД доктор геогр. наук, доцент



М.Л. Некрасова