

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Маркетинг гостиничного предприятия»

Направление подготовки бакалавров 43.03.03 - «Гостиничное дело»

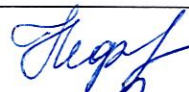
Профиль подготовки «Гостиничная деятельность»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>Изучение и анализ теоретических основ маркетинга студентами для подготовки к принятию квалифицированных решений в сфере маркетинга в гостиничном деле.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретические основы маркетинга в индустрии гостеприимства 2. Специфика услуг индустрии гостеприимства 3. Маркетинговая среда функционирования гостиничного предприятия. 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования. 5. Потребительский рынок и покупательское поведение 6. Организованные покупатели на рынке услуг 7. Сегментация, определение целевого рынка 8. Позиционирование гостиничного предприятия 9. Разработка и управление продуктом 10. Внутренний маркетинг 11. Качество гостиничных услуг в удовлетворении клиентов 12. Разработка ценовой политики гостиничного предприятия 13. Управление мощностями фирмы и спросом 14. Каналы распространения гостиничных услуг 15. Продвижение услуг: коммуникационная политика 16. Продвижение услуг: реклама прямой маркетинг и стимулирование сбыта 17. Продвижение услуг: связи с общественностью 18. Маркетинговый план
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</p>	<p>ПК-1 - готовность к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей</p> <p>ПК-9 - способность использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг</p> <p>ПК-10 - готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей</p> <p>ДПК-1 - готовность к разработке и реализации стратегии развития гостиничного комплекса, функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие</p>
<p>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины</p>	<p>«Сервисная деятельность»</p> <p>«Технология гостиничной деятельности»</p>

<p>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятие, цели, функции и концепции маркетинга; - технологии разработки и формирования основных направлений маркетинга гостиничного предприятия (ПК-1) - сущность и специфику маркетинга гостиничных услуг как современной концепции управления деятельностью в условиях рынка (ПК-9) - методы выявления потребностей потребителей в области новых гостиничных продуктов и услуг (ПК-10) - методы продвижения гостиничного продукта и новые формы обслуживания потребителей (ПК-10) - основные понятия и виды стратегий (ДПК-1) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать гостиничный продукт (гостиничную услугу), соответствующий требованиям потребителей (ПК-1) - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию (ПК-9) - проводить маркетинговые исследования, направленные на выявление потребностей гостей (ПК-10) - разрабатывать и реализовывать программы продвижения гостиничного продукта (ПК-10) - формировать маркетинговые стратегии развития гостиничного предприятия (ДПК-1) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью применять инструментарий стратегического маркетинга с целью выработки долгосрочных решений, стоящих перед современными гостиничными предприятиями (ПК-9) - навыками проведения исследования потребностей в различных видах гостиничных услуг (ПК-9) - навыками организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-10) - навыками формирования коммуникационной политики гостиничного предприятия (ПК-10) - навыками реализации маркетинговых стратегий гостиничного предприятия (ДПК-1)
<p>Используемые инструментальные и программные средства:</p>	<p>Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради</p>
<p>Формы текущего контроля:</p>	<p>Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль</p>
<p>Форма промежуточного контроля:</p>	<p>Зачет, экзамен</p>

Составитель аннотации

 К. А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ

 О. Б. Ярьс

Председатель учебно-методической комиссии
направления 43.03.03

 О. П. Полоцкая