

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Байханов Исмаил Баутдинович
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 11.07.2023 11:00:23
 Уникальный программный ключ:
 442c337cd125e1d014f62698c9d813e502697764

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ:

«Маркетинг гостиничного предприятия»

1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.04.04 Маркетинг гостиничного предприятия входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы и является обязательной для изучения.

Дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» является теоретическим и методологическим основанием для других конкретных наук в сфере гостиничной деятельности.

Учебная дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» изучается на 2 курсе в 1 семестре.

2. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины являются формирование у обучающихся профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО в процессе изучения теории и практики маркетинговых исследований, освоение ими методологии, практических методов и навыков проведения маркетинговых исследований в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

(Модуля «Экономика»)

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции: ОПК-4

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций, которые формирует дисциплина (модуль)	Планируемые результаты обучения
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов. ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий. ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе	Знать: основные понятия управления и тенденции современного менеджмента сферы гостеприимства и общественного питания Уметь: анализировать структуру целеполагания и ее взаимосвязь с ценностями потребителя Владеть: приемами работы с источниками информации для определения целей и задач управления структурными

	в сети Интернет.	подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания
--	------------------	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ: 144/4 з.е.

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Цели, принципы и функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия
Тема 2. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия
Тема 3. Организация и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного хозяйства
Тема 4. Сегментация рынка гостиничных услуг
Тема 5. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия
Тема 6. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия
Тема 7. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия
Тема 8. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг

6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен.

7. АВТОР: к.э.н., доцент Джабраилова Л.Х.

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления в образовании от 24.04.2023 г. протокол №9.

И.о. зав.кафедрой ЭУО



Р.С.-Э.Юшаева