Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Баутдинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.05.2026 10:04:12
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f62698c9d813e502697764

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ:

«Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства»

1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.04.04 Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы и является обязательной для изучения.

Дисциплина «Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» является теоретическим и методологическим основанием для других конкретных наук в сфере гостиничной деятельности.

Учебная дисциплина «Маркетинг гостиничного предприятия» изучается на 3 курсе.

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)

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	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

	общественного питания, в том числе в сети Интернет.	структурными подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания

4. **Общая трудоемкость дисциплины: 144/4 з.е.**

5. **Содержание разделов дисциплины**

Тема 1: Сущность, цели, задачи, принципы маркетинга. Основные концепции маркетинга.
Тема 2. Функции и система маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства
Тема 3. Процесс управления маркетингом
Тема 4. Маркетинговые исследования. Маркетинговое информационно - аналитическое обеспечение
Тема 5: Исследование и мониторинг рынка индустрии туризма и гостеприимства.
Тема 6: Стратегии ценообразования на рынке индустрии туризма и гостеприимства
Тема 7: Каналы распределения и основные методы продвижения услуг в индустрии туризма и гостеприимства
Тема 8: Применение рекламных средств в индустрии туризма и гостеприимства

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 28.01.2026 г. протокол № 6.

зав.кафедрой ЭУО _____ Р.С.-Э.Юшаева