

«МАРКЕТИНГ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ»

Б1.Б.19

Дисциплина «Маркетинг в профессиональной сфере» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», квалификации бакалавр, входит в базовую часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целями изучения дисциплины «Маркетинг в профессиональной сфере» являются подготовка выпускника нового типа, владеющего системой теоретических знаний маркетинга в сфере гостиничного бизнеса, обладающего навыкам самостоятельного решения задач стратегического и тактического маркетинга гостиничного предприятия, способного самостоятельно применить методики маркетингового анализа и управления маркетинговой деятельности.

Основными задачами дисциплины являются:

- сбор, анализ и обобщение зарубежного и отечественного опыта гостиничной деятельности;
- мониторинг гостиниц и других средств размещения;
- адаптация инновационных технологий к деятельности гостиниц и других средств размещения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Маркетинг в профессиональной сфере» – дисциплина базовой части блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело».

Дисциплина «Маркетинг в профессиональной сфере» базируется на знаниях, получаемых при освоении смежных курсов по профилю подготовки: «Менеджмент в профессиональной сфере», «Технология гостиничной деятельности», «Реклама в профессиональной сфере», что дает обучающемуся системное представление об изучаемой дисциплине и обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

Дисциплина «Маркетинг в профессиональной сфере» является фундаментом освоения таких дисциплин как: «Проектирование гостиничной деятельности», «Современные средства коммуникации в профессиональной сфере», а также при написании выпускной бакалаврской работы. Это позволяет применить знания о структуре маркетинговой деятельности гостиничного предприятия, а также методы маркетингового анализа.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинг в профессиональной сфере», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы ВО по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ОК-8 - способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

ОПК-1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта;

ПК-2 - готовность к разработке и предоставлению гостиничного продукта, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий;

ПК-10 – готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

• **Знать:**

- теоретические основы маркетинга гостиничного предприятия;
- рынок гостиничных услуг и его компоненты;
- сущность стратегического планирования в маркетинге;
- этапы жизненного цикла продуктов индустрии туризма и гостеприимства;
- методы маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства;
- факторы маркетинговой среды гостиничных предприятий;
- критерии и принципы сегментирования;
- принципы разработки нового гостиничного продукта / услуги;
- ценовые стратегии и методы ценообразования на гостиничные услуги;
- способы построения каналов сбыта на туристском рынке;
- теорию и практику продвижения гостиничного продукта.

• **Уметь:**

- выявлять и оценивать сегменты рынка гостиниц;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- определять жизненный цикл гостиничной услуги и задачи маркетинга;
- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;
- выбирать и применять эффективные методы и технологии продаж гостиничных продуктов.

• **Владеть:**

- методами проведения маркетинговых исследований;
- методами изучения поведения потребителей гостиничных услуг, а также их мотивов и предпочтений;
- методами анализа деятельности конкурентов;

- методикой проведения сегментации гостиничного рынка, позиционирования гостиничного продукта;
- методикой планирования маркетинговых мероприятий;
- навыками взаимодействия службы маркетинга с основными подразделениями гостиницы;
- навыками постановки задач по совершенствованию системы маркетинга, выработке стратегий маркетинга гостиничного предприятия;
- методами анализа продуктовой номенклатуры гостиничного предприятия;
- методиками формирования уникального торгового предложения гостиницы;
- навыками выработки стратегий ценовой политики;
- методиками проведения маркетинговых коммуникаций и проведения мероприятий по стимулированию сбыта услуг гостиницы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.