Документ полтисан простой адактронной полтиство НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Информация о владельце:

ФИО: Худин Алекстрондеральное государственное образовательное учреждение высшего образования Должность: Ректор "Курский государственный университет"

Дата подписания: 16.11.2020 12:06:43

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509 Кафедра соннально-куль турного сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль подготовки: Гостинично-ресторанная деятельность

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: заочная

73ET Общая трудоемкость

Виды контроля на курсах:

экзамен(ы) 3

зачет(ы) 2

Распределение часов дисциплины по курсам

6-77						
Курс	2		3		Итого	
Вид занятий	УП	РΠ	УП	РΠ	111010	
Лекции	2	2	4	4	6	6
Практические	8	8	6	6	14	14
Итого ауд.	10	10	10	10	20	20
Контактная работа	10	10	10	10	20	20
Сам. работа	130	130	89	89	219	219
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	144	144	108	108	252	252

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Выработать у студентов представления о маркетинговой стратегии в гостиничной индустрии, организации маркетинговых исследований гостиничного рынка, а также развитие и закрепление этих знаний при разработке маркетинговых мероприятий по реализации гостиничного продукта с использованием информационных и коммуникационных технологий

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП				
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О			

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4: Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Знать:

возможности современных информационных технологий, для сбора, хранения и обработки данных при подготовке решений в гостиничной сфере, современные инновационные технологии в области формирования и продвижения гостиничных продуктов и услуг; современные научные подходы, приемы, принципы и методы изучения рынка гостиничных услуг;

Уметь:

организовывать работу маркетинговых служб гостиниц и других средств размещения; выявлять потребности клиентов и формировать гостиничный продукт на основе выявленных предпочтений;рассчитывать себестоимость и полную стоимость разрабатываемых гостиничных продуктов на основе информационных и коммуникационных технологий;

Владеть:

технологией и методикой проектирования программ в гостиничном предприятии; способами и методами поиска информации, необходимой для формирования гостиничного продукта; навыками выбора эффективных каналов продвижения гостиничного продукта;