

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.О.20 Маркетинг в сфере услуг

Наименование кафедры: Менеджмента организации и управления инновациями

1. Цель и задачи дисциплины

Цель:

Формирование у студентов теоретических знаний, умений и навыков, необходимых для принятия управленческих маркетинговых решений, и разработке практических рекомендаций по маркетингу в управлении предприятием.

Задачи:

Формирование у студентов системы компетенций, установленных требованиями государственного образовательного стандарта по подготовке бакалавров по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело».

Изучение дисциплины направлено на освоение следующих компетенций:

Общепрофессиональных:

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

Профессиональных:

ПК – 5. Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания для принятия эффективных управленческих решений.

ПК - 6. Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

ПК - 7. Способен к интернет – продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Учебная дисциплина «Маркетинг в сфере услуг» является обязательной частью Блока 1 учебного плана в системе подготовки бакалавра по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело» и изучается в 5 и 6 семестрах по ОФО, в 7 и 8 семестрах по ЗФО.

Учебная дисциплина «Маркетинг в сфере услуг» базируется на знаниях, полученных в процессе изучения учебных дисциплин «Экономическая теория», «Индустрия гостеприимства в России и за рубежом», «Менеджмент организации сферы гостеприимства и общественного питания», «Сервисная деятельность», «Экономика организаций сферы гостеприимства и общественного питания» и

«Коммуникативные технологии в сфере гостеприимства», «Поведение потребителей».

Основные положения учебной дисциплины «Маркетинг в сфере услуг» будут использованы при изучении учебных дисциплин «Стратегический менеджмент», «Проектирование гостиничной и ресторанной деятельности», «Управленческий анализ на предприятиях гостеприимства и общественного питания, а также при прохождении производственных практик и подготовке выпускной квалификационной работы.

3. Общий объем дисциплины: 8 з. е. (288 час.).

4. Планируемые результаты обучения.

ИОПК - 4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов.

ИОПК - 4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий.

ИОПК - 4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет.

ИПК-5.1. Осуществляет сбор и анализ данных о затратах организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений.

ИПК-5.2. Участвует в разработке планов доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

ИПК-5.3. Организует оценку экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений

ИПК-5.4. Вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений.

ИПК -6.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественной питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства.

ИПК -6.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, их структурных подразделений.

ИПК -6.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.

ИПК -6.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и индустрии питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия.

ИПК-7.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.

ИПК -7.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания в среде интернет.

ИПК -7.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.

4. Формы промежуточной аттестации:

Зачет, экзамен.

5. Дополнительная информация:

выполнение курсовой работы;

выполнение контрольной работы;

разбор кейса;

техническое обеспечение учебной дисциплины предполагает наличие учебной аудитории, учебной и дополнительной литературы, периодических изданий, доступ к Интернет-ресурсам, компьютерные классы для проведения контрольного тестирования по окончании изучения учебной дисциплины (основа тестов – база центров тестирования РФ).