

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое
управление в индустрии туризма и гостеприимства)»

Учебный курс «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» включена в состав дисциплин по выбору блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (171 часа, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономика и управление: адаптационный курс», «Эконометрика», «Специализированные виды туризма» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Глобальная научная коммуникация», «Прогнозирование и планирование гостиничного бизнеса».

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Изучение теоретического и практического материала о современном состоянии и тенденциях развития рынка гостиничных услуг.
2. Анализ современных методов исследований в сфере гостеприимства.

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для проведения маркетинговых исследований с учетом особенностей рынков туристских и гостиничных услуг, разработки системы маркетинговых решений и разработки бизнес-стратегий, что позволит им осуществлять активное управление развитием сферы гостеприимства и деятельности гостиничных предприятий на основе маркетинга в соответствии с современными требованиями к данному виду деятельности.

Задачи:

- изучить возможности интернет маркетинга как управленческой концепции для решения проблем доходности, роста и конкурентоспособности гостиничных предприятий;
- изучить подходы и методы маркетингового управления на уровне целевых рынков гостиничных услуг;
- сформировать у студентов знания, умения и навыки принятия маркетинговых решений по развитию стратегических направлений бизнеса, с целью обеспечения конкурентоспособности предприятия в условиях рынка.

Для успешного изучения дисциплины «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- готовность к реализации проектов в сфере туризма и гостеприимства;
- способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской и гостиничной деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства;
- способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской и гостиничной индустрии, гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 - способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	знает	методические основы проведения экономического анализа
	умеет	организовывать научно-исследовательскую работу по сбору, обработке и систематизации первичной маркетинговой информации
	владеет	навыками формулирования и постановки научной проблемы, организации работы по повышению эффективности развития рынка туристских услуг
ПК-6 - способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии	Знает	современные системы стандартизации в туристской индустрии;
	Умеет	-пользоваться современной системой стандартизации в туристской индустрии
	Владеет	методами стандартизации, позволяющих интегрировать знания в научную и профессиональную деятельность
ПК-13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений	Знает	основные научные информационные базы для поиска материалов по проблемам туризма, основные методы научного исследования
	Умеет	осуществлять поиск и анализ научной информации в сфере экономики туризма, классифицировать и анализировать как многолетние, так и текущие данные, делать на основании представленных данных прогноз,

		составлять научные отчеты.
	Владеет	Инструментами презентации, профессиональной терминологией в сфере экономики туризма на иностранном языке

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: проблемная лекция, учебная дискуссия.