

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 15.05.2023 11:17:59  
Уникальный программный ключ:  
faa404d1aeb280201749510e550c14b4949392d

## Аннотация

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05 Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства и общественного питания направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело программа магистратуры Гостиничная деятельность**

**Целью** изучения учебной дисциплины «Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства и общественного питания» является формирование у обучающихся профессиональных знаний в области стратегического маркетинга для самостоятельного принятия стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в современных условиях российской действительности, а также овладение принципами и методами маркетингового анализа деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в рамках понимания процесса управления маркетингом.

**Задачи** учебной дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о понятиях маркетинговой деятельности в сфере разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- рассмотреть маркетинговые и управленческие концепции, принципы и функции;
- освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования, организации и контроля в системе маркетинга предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в различных рыночных ситуациях.

**Основные блоки и темы дисциплины:**

Ключевые характеристики и специфика маркетинга предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их применение в сфере гостеприимства и общественного питания. Потребительское поведение в сфере гостеприимства и общественного питания: мотивация и ожидания. Разработка маркетинговой стратегии в сфере гостеприимства и общественного питания: мотивация и ожидания. Формирование продуктового предложения в сфере гостеприимства и общественного питания. Ценообразование в сфере гостеприимства и общественного питания. Маркетинговые коммуникации в сфере гостеприимства и общественного питания: стратегический подход.

**Дисциплина «Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства и общественного питания» относится к обязательным дисциплинам Блока 1.**

В процессе освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Индикаторы достижения компетенции:

ОПК-4.1. Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания;

ОПК-4.2. Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания;

ОПК-4.3. Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.

ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и

уметь оценивать эффективность управленческих решений

Индикаторы достижения компетенции:

ОПК-5.1. - определяет основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития организаций сферы гостеприимства и общественного питания;

ОПК-5.2. - обосновывает и осуществляет основные направления работ по разработке и внедрению экономической стратегии организаций сферы гостеприимства и общественного питания экономической стратегии организаций сферы гостеприимства и общественного питания;

ОПК-5.3. - оценивает экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии организаций сферы гостеприимства и общественного питания;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** концепцию рыночного управления в динамике, что позволяет определить магистральные направления развития концепции, основные современные акценты современного стратегического маркетинга (ОПК-4, ОПК-5); систему маркетингового управления предприятием сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4); практику формирования новой управленческой модели в условиях становления российского рынка (ОПК-5); стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга (ОПК-4); основные маркетинговые стратегии и источники устойчивых конкурентных преимуществ предприятий сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4);

**уметь:** разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4); использовать методы, приемы, инструментарий современного стратегического маркетинга (ОПК-4); формировать целостную систему маркетингового управления предприятием сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4, ОПК-5); оценивать долгосрочные результаты маркетинговой деятельности (ОПК-4, ОПК-5);

**владеть:** базовыми навыками составления маркетинговой стратегии (ОПК-4); составлением матриц конкурентоспособности (ОПК-5); ориентироваться в маркетинговых моделях (ОПК-4).

Дисциплина «Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства и общественного питания» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетные единицы.**

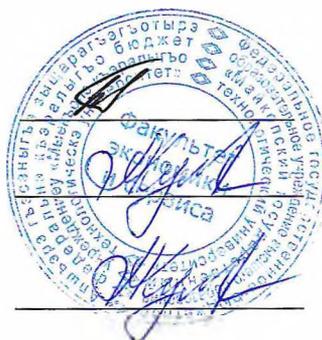
**Вид промежуточной аттестации:** экзамен.

Разработчик:

канд. экон. наук, доцент

Зав. выпускающей кафедрой

Руководитель магистерской программы



Галинская Н.Н.

Кумпилова А.Р.

Кумпилова А.Р.