

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.16 «Маркетинг гостиничного предприятия»

по направлению подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»

по профилю «Гостиничная деятельность»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: Моды и технологии

Кафедра-разработчик рабочей программы - Менеджмента и предпринимательской деятельности

1 Цели освоения дисциплины:

приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в сервисе:

- дать теоретические знания в области методологии и методики планирования рекламной деятельности на предприятии гостиничного бизнеса;
- получение знаний в области маркетинга гостиничного предприятия;
- сформировать навыки по практическому использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг;
- определить принципы построения рекламных кампаний;
- обеспечить изучение последних маркетинговых исследований потребительских предпочтений на рынке гостиничных услуг;
- раскрыть методы и приёмы ведения продаж гостиничных услуг на внутренних и международных рынках, способы организации и проведения рекламы, мероприятий Public Relations и Publicity на гостиничном предприятии.

2. Содержание дисциплины «Маркетинг гостиничного предприятия»

1. Основные понятия маркетинга в индустрии гостеприимства;
2. Мотивы потребления и их движущая сила;
3. Имидж и фирменный стиль гостиничного предприятия;
4. Элементы фирменного стиля и их классификация;
5. Каналы распространения рекламных обращений;
6. Создание рекламного обращения;
7. Управление гостиничными продажами.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

методы проведения маркетингового исследования; виды рекламы, традиции и современное состояние рекламного рынка; средства и приемы рекламного стиля, речи, объекты рекламы; зависимость языка рекламы от объекта рекламы и типа рекламополучателя, его менталитета; художественно-изобразительные средства рекламы, композиции рекламы; объем рекламы в гостиничной индустрии; коммуникационную среду гостиничного предприятия и виды коммуникаций;

2) Уметь:

эффективно применять полученные знания для решения вопросов в практической деятельности; выявлять потребности потребителей, работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; организовать рекламную деятельность на гостиничных предприятиях.

3) **Владеть:** методами проведения маркетинговых исследований в гостиничном предприятии.

Зав.каф. МТ

Абуталипова Л.Н.