

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина М.1.В.9 Стратегический маркетинг в ресторанном хозяйстве

Направление подготовки 19.04.04 Технологии продукции и организация общественного питания.

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

знать:

- концепцию рыночного управления в динамике, что позволяет определить магистральные направления развития концепции, основные современные акценты современного стратегического маркетинга;
- систему маркетингового управления предприятием гостинично-ресторанного сектора;
- практику формирования новой управленческой модели в условиях становления украинского рынка;
- стратегический инструментарий и современные технологии маркетинга;
- основные маркетинговые стратегии и источники устойчивых конкурентных преимуществ предприятий гостинично-ресторанного сектора.

уметь:

- разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии развития предприятий ресторанного сектора;
- использовать методы, приемы, инструментарий современного стратегического маркетинга;
- формировать целостную систему маркетингового управления предприятием РС;
- оценивать долгосрочные результаты маркетинговой деятельности.

обладать компетенциями:

- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, историческое наследие государства (ОПК-2)
- способностью работать с информацией, в том числе глобальных компьютерных сетях (ОПК-3);
- способностью оказывать влияние на разработку и внедрение системы качества и безопасности продукции производства, оценивать риски в области обеспечения качества и безопасности продукции производства, снабжения, хранения и движения продукции (ПК-4)
- способностью оценивать эффективность затрат на функционирование факторами (ПК-5);
- способностью проводить комплексные исследования рынка общественного питания с использованием современных научных методов (ПК-6);

- способностью прогнозировать будущие результаты деятельности предприятия и разрабатывать его стратегию, оценивать экономические, политические, социальные, культурные, технологические и финансовые составляющие, способные повлиять на стратегию предприятия питания (ПК-13);
- способностью анализировать технологические процессы производства продукции питания как объекты управления, производить стоимостную оценку основных производственных ресурсов предприятий питания (ПК-14);
- готовностью определять приоритеты в области управления маркетинговой деятельностью предприятия питания и управлять информацией в области маркетинговой деятельности предприятия питания (ПК-25);
- способностью разрабатывать методики, показатели, критерии и меры по повышению эффективности маркетинговой деятельности, оказывать влияние на маркетинговую деятельность предприятия питания (ПК-27);
- способностью планировать контроль разработки и реализацию маркетинговых мероприятий, идентифицировать и определять проблемы при управлении маркетинговой деятельностью (ПК-28).

Основные смысловые модули и темы учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Методологические основы стратегического маркетинга в ресторанном секторе

Тема 1. Сущность и сфера стратегического маркетинга, его место в структуре управления предприятиями ресторанного сектора.

1.1. Стратегический маркетинг как инструмент формирования стратегии в индустрии гостеприимства.

1.2. Современные черты стратегического маркетинга, его задачи и значение в управлении предприятием.

1.3. Элементы и виды маркетинговых стратегий, их классификация.

1.4. Выбор, формирование и реализация маркетинговых стратегий.

Тема 2. Маркетинговая стратегическая сегментация и бизнес-позиционирование на рынке ресторанного хозяйства

2.1. Значение сегментирования рынка для стратегического маркетинга

2.2. Виды сегментации рынка ресторанного бизнеса

2.3. Принципы и методы рыночного сегментирования

2.4. Процесс сегментации рынка, характеристика основных этапов

2.5. Маркетинговые стратегии выбора целевого рынка в РБ

2.6. Позиционирование продукта РБ на рынке

Смысловой модуль 2. Маркетинговые стратегии и управления портфелем бизнеса предприятий ресторанного сектора

Тема 3. Анализ маркетинговой среды ресторанного сектора и факторов, на него влияющих

3.1. Особенности маркетинговой деятельности предприятий РК.

3.3. SWOT-анализ предприятия ресторанного бизнеса.

Тема 4. Маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия РХ (портфельный анализ)

4.1. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании

4.2. Выбор стратегии предприятия на основе матрицы БКГ «рост / доля. Модифицирована матрица БКГ (матрица стратегической среды)

4.3. Матрицы General Electric «привлекательность отрасли / позиция в конкуренции» (матрицы Мак Кинзи)

4.4. Матрица жизненного цикла Arthur D. Little (ADL)

4.5. Оценка стратегического ядра фирмы на основе матрицы Хинтерхубера «конкурентоспособность / значение производства»

4.6. Матрица конкурентного бизнеса

4.7. Стратегические альтернативы диверсифицированной компании: стратегия входа на рынок и стратегия выхода с рынка

4.8. Определение оптимальной корпоративной стратегии диверсифицированной фирмы на основе анализа портфеля СЗХ.

Тема 5. Конкурентные маркетинговые стратегии в ресторанном бизнесе

5.1. Конкуренция и рыночная структура

5.2. Сущность конкурентных маркетинговых стратегий.

5.3. Подход к разработке конкурентных маркетинговых стратегий А. Литла

5.4. Подход к разработке конкурентных маркетинговых стратегий Ф. Котлера

5.5. Модель конкурентных преимуществ М. Портера

5.6. Конкурентные стратегии по Юданову

5.7. Жизненный цикл фирмы

5.8. Формирование портфеля конкурентных маркетинговых стратегий предприятий

Тема 6. Маркетинговые ценовые стратегии в ресторанном бизнесе

6.1. Цена в комплексе маркетинга ресторанного предприятия, особенности ценообразования в ресторанном бизнесе

6.2. Постановка целей и выбор методов ценообразования

Определение и реализация ценовой стратегии

Виды учебных занятий по дисциплине: лекции, практические, семинарские занятия

Форма промежуточной аттестации: зачет

Разработчик

Охременко С.И., к.т.н., доцент

Заведующий кафедрой:

Ангелина И.А., д.э.н., профессор

