

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина М.1.Б.6. **Стратегический маркетинг**  
Направление подготовки 43.04.03. "Гостиничное дело"  
Магистерская программа "Гостиничное и ресторанное дело"

### **Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:**

**Цель** учебной дисциплины: предоставление будущим специалистам по гостинично-ресторанному делу теоретических знаний и практических навыков стратегического анализа условий конкуренции, оценки перспектив конкурентного рынка, методологии и методики обоснования и выбора оптимально эффективных глобальных и функциональных стратегий маркетинга, направленных на достижение стратегических маркетинговых целей предприятия гостинично-ресторанного сектора с учетом рыночных требований и его возможностей.

**Задачи** учебной дисциплины: ознакомление с методологией и методикой оценки внешней и внутренней среды предприятия гостинично-ресторанного сектора; получения представления об основах стратегического управления в изменяющейся среде; получение навыков применения инструментов стратегического анализа и планирования, наиболее употребляемые; интегрирования деятельности всех структурных подразделений и служб предприятия в области эффективного управления его конкурентоспособностью в долгосрочной перспективе.

В результате изучения дисциплины студент должен

**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 гостинично-ресторанного сектора; использовать методы, приемы, инструментарий современного стратегического маркетинга; формировать целостную систему маркетингового управления предприятием ГРС; оценивать долгосрочные результаты маркетинговой деятельности.

### **обладать компетенциями:**

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Донецкой Народной Республики и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью принимать стратегические и тактические решения в гостиничной деятельности (ПК-2);
- готовностью планировать, анализировать и оценивать результаты деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей (ПК-5);
- способностью проводить комплексные исследования гостиничного рынка с использованием современных научных методов (ПК-6);
- готовностью исследовать и оценивать эффективность инноваций в гостиничной индустрии (ПК-8);
- готовностью прогнозировать перспективы развития гостиничной индустрии на федеральном, региональном, муниципальном уровне (ПК-11);

- готовностью к формированию и продвижению гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-13);

- готовностью к совершенствованию гостиничной деятельности и формированию клиентурных отношений (ПК-15).

**Наименование тем учебной дисциплины:**

**Смысловой модуль 1. Методологические основы стратегического маркетинга в гостинично-ресторанном секторе**

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

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

**Смысловой модуль 2. Маркетинговые стратегии и управлению портфелем бизнеса предприятия гостинично-ресторанного сектора**

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

**Тема 4.** Маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия ГРХ (портфельный анализ)

**Тема 5.** Конкурентные маркетинговые стратегии в гостинично-ресторанном бизнесе

**Тема 6.** Маркетинговые ценовые стратегии в гостинично-ресторанном бизнесе

**Виды учебных занятий по дисциплине:** лекции- 18 часов, практические занятия – 18 часов.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен

**Разработчик**

*Саршенко С.В. к.т.н. доцент*  
(ФИО, ученая степень, ученое звание научно-педагогического работника)

*Саршенко С.В.*  
(подпись)

**Заведующий кафедрой:**

*Анискина И.А. д.э.н. доцент*  
(ФИО, ученая степень, ученое звание заведующего кафедрой)

КАФЕДРА  
ТУРИЗМА  
*Анискина И.А.*  
(подпись)