

Аннотация дисциплины М.1.2.4 Дисциплина. Гостиничное дело в системе туризма

Дисциплина "Гостиничное дело в системе туризма" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Туризм: эволюция, структура, менеджмент и маркетинг" направления подготовки "43.04.02 Туризм".

Дисциплина изучается в 2, 3, 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 180/5 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, без контрольной акции, зачет.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПКР-1 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Лекция №1 Гостиничное дело: основные тенденции развития. Определение понятия «гостиницы». Основные тенденции развития мировой гостиничной индустрии. Основные тенденции развития гостиничной индустрии в России. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства
2. Лекция 2. Классификация и стандартизация средств размещения. Основные типологии классификаций средств размещения. Национальные классификации. Классификация по форме собственности и управления. Классификация средств размещения в РФ. Типы гостиничных сетей. Проблема стандартизации средств размещения.
3. Лекция 3. Маркетинг для гостиниц. Маркетинг для гостиниц. Продукт услуги. Концепция hогеса. Индивидуальность компании hогеса. Жизненный цикл продукта. Портфельная политика продукта. Месторасположение гостиницы. Эффективность ценообразования. Продвижение услуг на рынке. Маркетинговые стратегии и маркетинговое планирование в индустрии гостеприимства. Типология стратегий. Сегментация и стратегическое позиционирование. Определение текущей ситуации. SWOT-анализ. Выработка маркетинговой стратегии.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: имитационное моделирование, лекционные занятия, практические занятия.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: задания, игровое проектирование, классическая лекция.