

## **Б1.В.ДВ.10.1 Методы исследования рынка в сфере гостеприимства**

### **Цель дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Методы исследования рынка в сфере гостеприимства» является изучение целей, задач и основных направлений маркетинговых исследований, ознакомление студентов с различными методами сбора и обработки информации, а также формирование у студентов компетенций и практических навыков по проведению конкретных маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве.

### **Учебные задачи дисциплины**

В процессе изучения дисциплины решаются следующие учебные задачи:

- изучить источники информации для проведения маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве, доступ к ним, их достоинства и недостатки, научить применять информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в различных ситуациях;
- развить у студентов понимание роли и места маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности туристского/гостиничного предприятия;
- изучить, систематизировать и классифицировать направления и методы маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве;
- проанализировать классические примеры проведения маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве;
- сформировать практические навыки по проведению конкретных маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Методы исследования рынка в сфере гостеприимства», относится к вариативной части учебного плана. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Маркетинг» (Б1.В.ОД.8), «Организация предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства» (Б1.В.ДВ.3.1), «Организация и технология гостиничного дела» (Б1.В.ДВ.4.1).

Для успешного освоения дисциплины «Методы исследования рынка в сфере гостеприимства», студент должен:

1. Знать способы оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, выявления и анализа рыночных и специфических рисков, анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).
2. Уметь анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).
3. Владеть навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей (ПК-17).

Изучение дисциплины «Методы исследования рынка в сфере гостеприимства» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Тренинг эффективных продаж в сфере услуг» (Б1.В.ДВ.7.1), «Туристические формальности» (Б1.В.ДВ.5.2).

### **Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции:

**ПК-9** – способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления,

выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

**Знать:**

- принципы, способы и методы оценки социальнозначимых проектов, предприятий;
- роль и функции государства в регулировании экономики; фискальное регулирование национальной экономики; денежно-кредитное регулирование национальной экономики; прогнозирование и стратегическое планирование развития национальной экономики;
- отраслевую и секторальную структуру национальной экономики; налогово-бюджетную политику; кредитно-денежную политику.

**Уметь:**

- разрабатывать социальнозначимые проекты и проводить их оценку; оценивать значимость принимаемых социальных решений;
- прогнозировать развитие национальной экономики и понимать основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования;
- проводить сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства; оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

**Владеть:**

- методами социального анализа проектов и личностных отношений;
- основными понятиями в области регулирования национальной экономики; навыками прогнозирования развития национальной экономики; навыками стратегического планирования развития национальной экономики;
- методикой проведения сравнительного анализа эффективности инструментов макроэкономической политики государства; методикой оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

**Содержание дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины
Тема 1	Информационное обеспечение исследований в сфере гостеприимства
Тема 2	Маркетинговые исследования как основной метод исследования рынка в сфере гостеприимства
Тема 3	Методы маркетинговых исследований
Тема 4	Процесс маркетингового исследования
Тема 5	Исследование среды маркетинга предприятия сферы гостеприимства
Тема 6	Исследование рынка туризма
Тема 7	Исследование туристского продукта
Тема 8	Исследования конкурентов
Тема 9	Исследования потребителей
Тема 10	Исследования маркетинговых коммуникаций

**Формы контроля:** зачет.