

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинговые исследования и ценообразование в сфере общественного питания и гостеприимства**

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Менеджмент гостинично-ресторанных предприятий

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ценообразование в сфере общественного питания и гостеприимства» являются формирование у обучающихся профессиональных компетенций, связанных со способностью комплексного и системного использования маркетинговых инструментов для построения эффективной деятельности и устойчивого развития гостиничного предприятия.

Задачами дисциплины являются:

-освоение теоретических основ маркетинговых исследований и ценовой политики в сфере гостеприимства и общественного питания, их практической значимости в управлении гостиничным предприятием;

-освоение навыков анализа тенденций и перспектив развития рынка гостиничных услуг и предприятий общественного питания, оценки их влияния на формирование маркетинговой стратегии и политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания;

-освоение методов и приемов маркетинговых исследований

гостиничного предприятия;

-овладение навыками формирования и продвижения гостиничных продуктов и услуг с использованием современных информационных технологий.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц (144 академических часа(ов)).