

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Экономика гостиничного предприятия
Краткое содержание	Предприятие – как основное звено экономики. Внутренняя среда предприятия. Маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме Микросреда туристского предприятия. Основные понятия маркетинговых стратегий Ценовая политика туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы. Коммуникационная политика предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия. Современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей. Международный маркетинг
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Осуществляет деятельность гостиничного предприятия
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Форма отчетности	Зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Абабков Ю.Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма: учебник / Ю.Н. Абабков, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 144 с.;
Дополнительная литература	1. Скобкин С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2016. – 431 с.; 2. Черевичко Т.В. Экономика туризма: учеб. пособие / Т.В. Черевичко. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 264 с.