

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 ИЗУЧЕНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Направление подготовки:

43.04.02 Туризм (Направленность (профиль): Технология и организация развлечений)

Трудоемкость: 3 з.е.

Промежуточная аттестация: зачет

Авторы: Н.Н. Пономарев, канд. экон. наук, доцент

Н.Л. Теренина, канд. экон. наук, доцент

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование целостной системы знаний о планировании спроса и ассортимента сервисных услуг на основе согласования ресурсов и возможностей предприятия и покупательского спроса, обеспечивающего удовлетворение потребностей покупателей и интересов производителя продукции.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

1) проектная деятельность:

– формирование целей разработки туристского проекта и выявление приоритетов в проектировании туристской деятельности;

– оперативное и стратегическое прогнозирование, проектирование и планирование предоставления услуг туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне;

– совершенствование процессов разработки и реализации туристских продуктов, отвечающих требованиям потребителей, оценка экономической эффективности туристских продуктов;

– выявление и оценка инновационно-технологических рисков процессов реализации туристских продуктов;

– принятие тактических и стратегических решений в разработке и реализации туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей;

2) сервисная деятельность:

– разработка и внедрение стандартов качества комплексного туристского обслуживания потребителей, создание систем безопасности;

– организация работ по стандартизации и сертификации туристского продукта;

3) научно-исследовательская деятельность:

– проведение комплексных научных исследований в сфере туризма;

– системный анализ рынка туристских услуг и прогнозирование его развития с целью эффективного функционирования туристской индустрии и обеспечения запросов потребителей;

– разработка и внедрение инновационных технологий в процессы предоставления услуг туристской индустрии и научное сопровождение туристской деятельности.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина относится к *вариативной* части учебного плана, является дисциплиной по выбору студентом.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Методология научных исследований», «Организация сервисной деятельности в туризме», «Развлекательные услуги».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Исследование туристско-рекреационного потенциала территории», «Прогнозирование и планирование туристской деятельности».

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ПК-2 способностью к разработке стратегий развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровням проектов

ПК-4 способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии

ПК-5 способностью к оценке инновационно-технологических рисков в туристской индустрии

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Роль и значение предприятий сервисных услуг в развитии туристского рынка

Классификация услуг, виды сервисных услуг.

Современные тенденции развития рынка услуг. Состояние и развитие туристского рынка услуг.

Развитие интерактивных отношений с потребителем с целью максимизации его удовлетворенности. Освоение новых рынков.

Сервис как система новых взаимосвязей с потребителем.

Тема 2. Спрос как форма проявления потребностей

Спрос как форма проявления потребностей. Классификация спроса. Понятие о совокупном, индивидуальном и рыночном спросе. Потребление, его структура и показатели. Основные закономерности развития спроса и потребления в России и в других странах, в городской и сельской местности. Качественные сдвиги в структуре спроса и потребления городского и сельского населения. Социально – экономические различия в уровне и структуре спроса и потребления городского сельского населения.

Факторы, формирующие спрос. мода, её экономические, социальные, психологические и эстетические аспекты. Модные стили и характеристика развития их. Цикличность моды. Классификация потребителей по степени восприятия моды.

Особенности спроса на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары.

Влияние неценовых факторов на характер спроса.

Особенности влияния факторов на спрос городского и сельского населения.

Тема 3. Источники и методы сбора информации о спросе на сервисные услуги

Информация о спросе. Требования, предъявляемые к информации о спросе населения. Виды информации, их классификация. Понятие о первичной и вторичной информации. источники вторичной информации.

Основные направления совершенствования информационной базы изучения спроса. Использование компьютерной технологии в информационных системах изучения спроса. Организация и проведение опросов в сети Internet, использование возможностей сети Internet специалистами по коммерции в своей деятельности.

Тема 4. Методы обработки и анализа информации о спросе населения на сервисные услуги предприятий

Носители информации о внутригрупповой структуре спроса.

Организация автоматизированного сбора, обработки и передачи информации.

Технология сбора информации о внутригрупповой структуре спроса.

Влияние качественных характеристик спроса на сегментацию рынка по потребителям.

Особенности сбора информации о внутригрупповой структуре на рынке туристских услуг.

Тема 5. Методы прогнозирования спроса на услуги сервисных предприятий туристского рынка

Понятие о прогнозировании. Сущность прогнозов и требование к ним.

Необходимость прогнозирования спроса. Классификация экономических прогнозов. Прогнозы спроса по общему объему и структуре.

Количественные методы прогноза спроса (экстраполяция тренда, прогнозы на основе индикаторов, регрессионный анализ и т.д.)

Качественные методы прогноза спроса (сценарии, метод «Дельфы» и т.д.).

Основные этапы разработки прогноза спроса. Пути совершенствования практики прогнозирования спроса.

Сущность экстраполяции как метода прогнозирования. Графический метод прогнозирования спроса.

Цепи Маркова.

Расчет тренда покупательского спроса.

Использование показателей эластичности для прогнозирования спроса.

Виды экономико-математических моделей.

Структурные модели, особенности их применения.

Тема 6. Использование материалов изучения спроса в деятельности предприятий сервисных услуг

Материалы изучения спроса как основа принятия маркетинговых решений в развитии предприятий сервисных услуг.

Прогнозы спроса как основа для расчетов потребности в услугах предприятия.

Особенности использования материалов изучения и прогнозирования спроса для принятия маркетинговых решений туристских компаниях.

Материалы изучения внутригрупповой структуры спроса как основа согласования спецификаций к договорам и протоколов разногласий с клиентами.

Использование материалов изучения спроса для оценки конкурентоспособности предприятий сервисных услуг и туристских компаний.