

## АННОТАЦИЯ

**рабочей программы дисциплины**  
**«Маркетинг в туристской индустрии»**  
**направление подготовки 43.03.02 - Туризм**  
**направленность (профиль) подготовки - «Технология и организация экскурсионных услуг»**

Цель изучения дисциплины	<b>Целью</b> изучения дисциплины является формирование у студентов основополагающего представления о специфике и эффективном управлении предприятиями туристской индустрии различных форм; овладение знаниями экономического механизма менеджмента.
Место дисциплины в учебном плане	Б1. О.15
Общая трудоемкость дисциплины з.е./ часов	4/144
Семестр	5
Формируемые компетенции	УК-1; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5
Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры;</li><li>• принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства;</li><li>• требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами;</li><li>• требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами;</li><li>• маркетинговые исследования субъектов туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых туристских продуктов, экскурсионных маршрутов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства;</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки;</li><li>• использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства</li><li>• оценивать качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.</li><li>• выполнять маркетинговые исследования субъектов туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых туристских продуктов, экскурсионных маршрутов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства;</li></ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов</li><li>• навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства;</li><li>• навыками оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;</li><li>• туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</li></ul>

Содержание дисциплины	Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга. Сущность и основные понятия маркетинга. Основные принципы маркетинга в туризме /ср/ Тема: Организация, цели и задачи управления предприятием в туризме. Классификация фирм. Маркетинговый анализ внутренней среды туристического предприятия. Методы создания продукта. Моделирование показателей и управление качеством и конкурентоспособностью туристической продукции. Формирование туристического продукта (туроперейтинг). Организация и управление товародвижением в системе маркетинга предприятия. Туроператорская деятельность туристического предприятия. Турагентская деятельность туристического предприятия. Организация и управление ценовой политикой туристического предприятия. Система маркетинговых коммуникаций. Индустрия туризма и гостеприимства. Индустрия размещения. Гостиничные цепи. Организация сервиса размещения туристов. Организация сервиса питания туристов. Социокультурное сопровождение туристов. Организация и проведение экскурсий. Транспортное обеспечение в туризме. Организация туристической анимации. Информационные технологии в туризме. Планирование и контроль маркетинговой деятельности. Организация маркетинга на туристическом предприятии и оценка эффективности. Интернет-маркетинг в туризме.
Виды учебной работы	Лекции, практические, тесты, самостоятельная работа.
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
<p style="text-align: center;"><b>а) основная литература</b></p> <p>Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013962-3. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1072121">https://znanium.com/catalog/product/1072121</a> – Режим доступа: по подписке..</p> <p>Абабков, Ю.Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 214 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010337-2. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1002382">https://znanium.com/catalog/product/1002382</a>. – Режим доступа: по подписке. Дашкова, Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 72 с. - ISBN 978-5-394-02000-1. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1093694">https://znanium.com/catalog/product/1093694</a>. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.</p> <p>Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 316 с. - ( Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009967-5. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1002448">https://znanium.com/catalog/product/1002448</a> - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>8.2. Дополнительная литература:</b></p> <p><b>Мургазалиева Т. В.</b> Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Мургазалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 166 с. - ISBN 9785-394-02710-9. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1091138">https://znanium.com/catalog/product/1091138</a> - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.</p> <p><b>Сарафанова, Е. В.</b> Маркетинг в туризме: учебное пособие / Е. В. Сарафанова, А. В. Яцук. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 240 с.: ил. - ISBN 978-5-98281-124-0. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/238719">https://znanium.com/catalog/product/238719</a>. - Режим доступа: по подписке. Текст: электронный.</p>	
Форма промежуточной аттестации	5 семестр – экзамен