ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A2C30F99EF9D0306EA3C0F012BEB925E
Владелец: Чанкаев Мурат Хасанович
Действителен: с 02.04.2026 до 26.06.2027

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Факультет физической культуры

Кафедра теоретических основ физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«29» апреля 2026 г., протокол № 7

Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ
(наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки
43.03.02 Туризм
(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки
Технология и организация экскурсионных услуг

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
Очная

Год начала подготовки – 2022

Карачаевск, 2026

Составитель*: ст. преп. Узденова Ф. М.*

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №524, основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм, профиль – Технология и организация экскурсионных услуг; ОПОП локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры ТОФК и туризма на 2026-2027 учебный год, протокол №8 от 28 апреля 2026 г.

Оглавление

1.Наименование дисциплины (модуля) 4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы....4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся....6
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 6
6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы 10
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) 12
7.1. *Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций*....12
7.2. Перевод бально-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания. 14
7.3.Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины....14
8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса 16
8.1. Основная литература: 16
8.2. Дополнительная литература: 16
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)....16
9.1. Общесистемные требования 16
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 17
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения....18
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 18
10.Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 18
11. Лист регистрации изменений 21

1.Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг в туристской индустрии

Цель освоения дисциплины сформировать у обучающихся знания, умения и навыки по основным понятиям и видам маркетинга, принципам и механизмам функционирования маркетинговых систем в туристских организациях.

Для достижения цели ставятся задачи:

- Сформировать понятий аппарат и четкое представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления.
- Сформировать представление о принципах и механизмах управления в маркетинговой деятельности.
- Сформировать умение анализировать существующие и потенциальные запросы потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя.
- Сформировать умение сегментирования рынков, выбора целевых сегментов.
- Приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение товара.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина (модуль) относится к Блоку 1 и реализуется в рамках базовой части Б1.
Дисциплина (модуль) изучается на 3 курсе (ах) в 5 семестре (ах).

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Индекс	Б1.О.14
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для освоения дисциплины обучающиеся используют компетенции, полученные на предыдущем уровне образования	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Организация бизнес-туризма»; «Технологии продаж» и при прохождении практик: производственной и преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.	

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавра обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК.Б-1.1 анализирует задачу и еѐ базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями УК.Б-1.2 осуществляет поиск информации, интерпретирует и ранжирует еѐ для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК.Б-1.3 при обработке информации отличает факты от мнений,	**Знать:** принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры
			Уметь: применять принципы и метод
			ы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки

		интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения УК.Б-1.4 выбирает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи УК.Б-1.5 рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	**Владеть**: практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.
ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	**ОПК-1.1** Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства **ОПК-1.2** Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства	**Знать:** принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
			Уметь: Использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства
			Владеть: навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	**ОПК-4.1** Выполняет 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 **ОПК-4.2** Формирует каналы сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	**Знать:** 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
			Уметь: 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
			Владеть: навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	**ОПК-5.1** Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сферы туризма и гостеприимства **ОПК-5.2** Принимает управленческие решения, основанные на экономических расчетах **ОПК-5.3** Формирует условия для обеспечения экономической эффективности деятельности организации сферы туризма и гостеприимства.	**Знать:** принципы и методы осуществления анализа, оценивания производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма и гостеприимства
			Уметь: принимать управленческие решения, основанные на экономических расчетах
			Владеть: навыками формирования условий для обеспечения экономической эффективности деятельности организации сферы туризма и гостеприимства.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет___4___ЗЕТ, __144 академических часов.

Объём дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)		
Аудиторная работа (всего):	72	16
в том числе:		
лекции	36	6
семинары, практические занятия	36	6
практикумы		
интерактивные	16	
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
курсовые работы		
консультация перед экзаменом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72	124
Контроль самостоятельной работы		8
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
		всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа
			Лек	Пр	Лаб	

1.	Тема: Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга */лз/*	4	4			
2.	Тема: Сущность и основные понятия маркетинга */пз/*	4		4		
3.	Тема: Основные принципы маркетинга в туризме */ср/*	8				8
4.	Тема: Организация, цели и задачи управления предприятием в туризме */лз/*	4	4			
5.	Тема: Комплексное исследование туристического рынка */пз/*	4		4		
6.	Тема: Классификация фирм. */ср/*	8				8
7.	Тема: Маркетинговый анализ внутренней среды туристического предприятия */лз/*	4	4			
8.	Тема: Методы создания продукта */пз/*	4		4		
9.	Тема: Моделирование показателей и управление качеством и конкурентоспособностью туристической продукции */ср/*	8				8
10.	Тема: Формирование туристического продукта (туроперейтинг) /лз/	4	4			
11.	Тема: Организация и управление товародвижением в системе маркетинга предприятия/пз/	4		4		
12.	Тема: Туроператорская деятельность туристического предприятия /ср/	8				8
13.	Тема: Турагентская деятельность туристического предприятия */лз/*	4	4			
14.	Тема: Организация и управление ценовой политикой туристического предприятия */пз/*	4		4		
15.	Тема: Система маркетинговых коммуникаций */ср/*	8				8
16.	Тема: Особенности рекламирования и стимулирова-	4	4			

	ния продаж туристической продукции (туров, услуг) */лз/*					
17.	Тема: Индустрия туризма и гостеприимства */пз/*	4		4		
18.	Тема: Индустрия размещения. Гостиничные цепи */ср/*	8				8
19.	Тема: Организация сервиса размещения туристов */лз/*	4	4			
20.	Тема Организация сервиса питания туристов */пз/*	4		4		
21.	Тема: Социокультурное сопровождение туристов */ср/*	8				8
22.	Тема: Организация и проведение экскурсий */лз/*	2	4			
23.	Тема: Транспортное обеспечение в туризме */пз/*	4		4		
24.	Тема: Организация туристической анимации */ср/*	8				8
25.	Тема: Информационные технологии в туризме */лз/*	2	2			
26.	Тема: Планирование и контроль маркетинговой деятельности */ср/*	8				8
27.	Тема: Организация маркетинга на туристическом предприятии и оценка эффективности*/лз/*	2	2			
28.	Тема: Интернет-маркетинг в туризме */пз/*	4		4		
	Всего	**144**	**36**	**36**		**72**

Для заочной формы

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
		всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа
			Лек	Пр	Лаб	
1.	Тема: Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга */лз/*	2	2			
2.	Тема: Сущность и основные понятия маркетинга	2		4		

	/пз/					
3.	Тема: Основные принципы маркетинга в туризме */ср/*	10				10
4.	Тема: Организация, цели и задачи управления предприятием в туризме */лз/*	2	2			
5.	Тема: Комплексное исследование туристического рынка */пз/*	2		2		
6.	Тема: Классификация фирм. */ср/*	10				10
7.	Тема: Маркетинговый анализ внутренней среды туристического предприятия */лз/*	2	2			
8.	Тема: Методы создания продукта */пз/*	4		4		
9.	Тема: Моделирование показателей и управление качеством и конкурентоспособностью туристической продукции */ср/*	10				10
10.	Тема: Формирование туристического продукта (туроперейтинг) */ср/*	10				10
11.	Тема: Организация и управление товародвижением в системе маркетинга предприятия */ср/*	10				10
12.	Тема: Туроператорская деятельность туристического предприятия */ср/*	10				10
13.	Тема: Турагентская деятельность туристического предприятия */ср/*	10				10
14.	Тема: Организация и управление ценовой политикой туристического предприятия */ср/*	10				10
15.	Тема: Система маркетинговых коммуникаций */ср/*	10				10
16.	Тема: Особенности рекламирования и стимулирования продаж туристической продукции (туров, услуг) */ср/*	10				10
17.	Тема: Индустрия туризма и	10				10

	гостеприимства */ср/*					
18.	Тема: Индустрия размещения. Гостиничные цепи */ср/*	8				8
19.	Тема: Организация сервиса размещения туристов */ср/*	6				6
	Всего	**144**	**6**	**6**		**124**

6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы

Лекционные занятия. Лекция является основной формой учебной работы в вузе, она является наиболее важным средством теоретической подготовки обучающихся. На лекциях рекомендуется деятельность обучающегося в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. Основная дидактическая цель лекции - обеспечение ориентировочной основы для дальнейшего усвоения учебного материала. Лекторами активно используются: лекция-диалог, лекция - визуализация, лекция - презентация. Лекция - беседа, или «диалог с аудиторией», представляет собой непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Ее преимущество состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории. Участие обучающихся в лекции – беседе обеспечивается вопросами к аудитории, которые могут быть как элементарными, так и проблемными.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Рекомендуется на первой лекции довести до внимания студентов структуру дисциплины и его разделы, а в дальнейшем указывать начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины. Для эффективного проведения лекционного занятия рекомендуется соблюдать последовательность ее основных этапов:

1. формулировку темы лекции;
2. указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
3. изложение вводной части;
4. изложение основной части лекции;
5. краткие выводы по каждому из вопросов;
6. заключение;
7. рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Лабораторные работы и практические занятия. Дисциплины, по которым планируются лабораторные работы и практические занятия, определяются учебными планами. Лабораторные работы и практические занятия относятся к основным видам учебных занятий и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнение студентом лабораторных работ и практических занятий направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин математического и общего естественно-научного, общепрофессионального и профессионального циклов;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;
- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов: аналитических, проектировочных, конструктивных и др.;
- выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива. Методи-

ческие рекомендации разработаны с целью единого подхода к организации и проведению лабораторных и практических занятий.

Лабораторная работа — это форма организации учебного процесса, когда студенты по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно проводят опыты, измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных аудиториях. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы. Дидактические цели лабораторных занятий:

- формирование умений решать практические задачи путем постановки опыта;
- экспериментальное подтверждение изученных теоретических положений, экспериментальная проверка формул, расчетов;
- наблюдение и изучения явлений и процессов, поиск закономерностей;
- изучение устройства и работы приборов, аппаратов, другого оборудования, их испытание;
- экспериментальная проверка расчетов, формул.

Практическое занятие — это форма организации учебного процесса, направленная на выработку у студентов практических умений для изучения последующих дисциплин (модулей) и для решения профессиональных задач. Практическое занятие должно проводиться в учебных кабинетах или специально оборудованных помещениях. Необходимыми структурными элементами практического занятия, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются анализ и оценка выполненных работ и степени овладения студентами запланированными умениями. Дидактические цели практических занятий: формирование умений (аналитических, проектировочных, конструктивных), необходимых для изучения последующих дисциплин (модулей) и для будущей профессиональной деятельности.

Семинар - форма обучения, имеющая цель углубить и систематизировать изучение наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности обучаемых тем и разделов учебной дисциплины. Семинар - метод обучения анализу теоретических и практических проблем, это коллективный поиск путей решений специально созданных проблемных ситуаций. Для студентов главная задача состоит в том, чтобы усвоить содержание учебного материала темы, которая выносится на обсуждение, подготовиться к выступлению и дискуссии. Семинар - активный метод обучения, в применении которого должна преобладать продуктивная деятельность студентов. Он должен развивать и закреплять у студентов навыки самостоятельной работы, умения составлять планы теоретических докладов, их тезисы, готовить развернутые сообщения и выступать с ними перед аудиторией, участвовать в дискуссии и обсуждении.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Образовательные технологии. При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения. Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач, публичная презентация проекта и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. *Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций*

Компетенции	Зачтено			Не зачтено
	Высокий уровень (отлично) (86-100% баллов)	Средний уровень (хорошо) (71-85% баллов)	Низкий уровень (удовлетворительно) (56-70% баллов)	Ниже порогового уровня (неудовлетворительно) (до 55 % баллов)
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры	Знает принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры	В целом знает принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры	Не знает принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры
	Умеет применять принципы и метод ы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки	Умеет применять принципы и метод ы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки	В целом умеет применять принципы и метод ы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки	Не умеет применять принципы и метод ы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки
	Владеет практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.	Владеет практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.	В целом владеет практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.	Не владеет практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.
ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	Знает принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства	Знает принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства	В целом принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства	Не знает принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства

	Умеет использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства	В целом умеет использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства	В целом умеет использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства	Не умеет использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства
	Владеть: навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства	В целом владеет навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства	Владеет навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства	Не владеет навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства
ОПК – 4	В целом знает 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	В целом знает 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	В целом знает 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	Не знает 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
	Уметь: 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	В целом умеет 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	Умеет 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	Не умеет 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
	Владеть: навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной	В целом владеет навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Владеет навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в ин-	Не владеет навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов, туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-

	сети Интернет		формационно-телекоммуникационной сети Интернет	телекоммуникационной сети Интернет
ОПК - 5	Знает принципы и методы осуществления анализа, оценивания производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма и гостеприимства	В целом знает принципы и методы осуществления анализа, оценивания производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма и гостеприимства	В целом знает принципы и методы осуществления анализа, оценивания производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма и гостеприимства	Не знает принципы и методы осуществления анализа, оценивания производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма и гостеприимства
	Умеет принимать управленческие решения, основанные на экономических расчетах	В целом умеет принимать управленческие решения, основанные на экономических расчетах	В целом умеет принимать управленческие решения, основанные на экономических расчетах	Не умеет принимать управленческие решения, основанные на экономических расчетах
	Владеет навыками формирования условий для обеспечения экономической эффективности деятельности организации сферы туризма и гостеприимства.	В целом владеет навыками формирования условий для обеспечения экономической эффективности деятельности организации сферы туризма и гостеприимства	В целом владеет навыками формирования условий для обеспечения экономической эффективности деятельности организации сферы туризма и гостеприимства	Не владеет навыками формирования условий для обеспечения экономической эффективности деятельности организации сферы туризма и гостеприимства

7.2. Перевод бально-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания.

Порядок функционирования внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся и перевод бально-рейтинговых показателей обучающихся в отметки традиционной системы оценивания проводиться в соответствии с положением КЧГУ «Положение о бально-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся», размещенным на сайте Университета по адресу: https://kchgu.ru/inye-lokalnye-akty/

7.3.Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.3.1. Перечень вопросов для зачета/экзамена

1.Социально-экономическая сущность маркетинга.
2.Подходы к определению понятия «маркетинг».
3.Основные понятия маркетинга.
4.Социальные основы маркетинга.
5.Цели маркетинга.
6.Задачи и функции маркетинга.
7.Классификация маркетинга по ориентации.
8.Классификация маркетинга по охвату рынка.
9.Классификация маркетинга по объекту продвижения.
10.Классификация маркетинга по виду спроса.
11.Концепции управления маркетингом.

12.Специфика маркетинга услуг.
13.Сущность и содержание маркетинга в туризме.
14.Структура туристского продукта.
15.Развитие теории и практики маркетинга.
16.Уровни маркетинга в сфере туризма.
17.Туристское предприятие–основное звено реализации концепции маркетинга.
18.Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.
19.Особенности концепции маркетинга взаимоотношений.
20.Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме.
21.Сущность и задачи маркетинговых исследований.
22.Первичные и вторичные источники информации. Внешняя и внутренняя информация и ее источники.
23.Маркетинговая информационная система и организация проведения маркетинговых исследований.
24.Определение проблемы и целей маркетинговых исследований.
25.Методы проведения маркетинговых исследований.
26.Наблюдение, интервью и эксперимент как основные методы, используемые в маркетинговых исследованиях.
27.Правила и процедуры маркетинговых исследований.
28.Направления маркетинговых исследований.
29.Понятие среды маркетинга.
30.Анализ внутренней среды туристского предприятия.
31.Изучение внешней среды туристского предприятия.
32.Конкурентные преимущества предприятий СКСиТ (SWOT-анализ) Матрица SWOT
33.Структура туристского рынка.
34.Оценка конъюнктуры рынка.
35.Определение емкости рынка.
36.Жизненный цикл туристского продукта.
37.Конкурентная среда туристского предприятия.
38.Элементы анализа конкурентов.
39.Построение конкурентной карты рынка.
40.Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.
41.Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение
42.Личностные факторы, влияющие на покупательское поведение
43.Мотивы поведения потребителей. Теории мотивации З. Фрейда, А. Маслоу, Д. Шварца.
44.Характеристика принятия решения о приобретении туристских услуг.
45.Оценка степени удовлетворенности /неудовлетворенности потребителей.
46.Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.
47.Признаки сегментации.
48.Выбор целевого рынка.
49.Позиционирование туристского продукта.
50.Сущность стратегического маркетингового планирования.
51.Альтернативные маркетинговые стратегии. Матрица «продукт-рынок».
52.Альтернативные маркетинговые стратегии. Матрица «рост –рыночная доля».
53.Альтернативные маркетинговые стратегии. Модель М. Портера.
54.Выбор и оценка маркетинговой стратегии.
55.Разработка программы маркетинга.
56.Бюджет маркетинга и методы его формирования.
57.Маркетинговая продуктовая стратегия турпредприятия. Сущность оптимизации структуры предлагаемых продуктов.
58.Внедрение нового туристского продукта на рынок.
59.Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия.
60.Этапы выработки ценовой стратегии.
61.Цели и методы ценообразования.

62.График безубыточности. Точка безубыточности.
63.Виды ценовых стратегий.
64.Формирование и этапы сбытовой стратегии.
65.Каналы сбыта туристского продукта.
66.Вертикальные маркетинговые системы и их типы.
67.Основные направления коммуникационной политики.
68.Целевые аудитории коммуникаций.
69.Личная продажа: сущность и цели
70.Реклама в СКСиТ: особенности, виды и формы
71.Паблик рилейшнз: сущность и назначение
72.Этапы разработки коммуникационной стратегии
73.Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

8.1. Основная литература:

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: https://znanium.com/catalog/product/1072121 – Режим доступа: по подписке..
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: https://znanium.com/catalog/product/1002382. – 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:https://znanium.com/catalog/product/1093694. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
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: https://znanium.com/catalog/product/1002448 - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

8.2. Дополнительная литература:

Муртазалиева Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма:
учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 166 с. - ISBN 9785-394-02710-9. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091138 - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
Сарафанова, Е. В. 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: https://znanium.com/catalog/product/238719. - Режим доступа: по подписке. Текст: электронный.

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: http://kchgu.ru.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: https://do.kchgu.ru.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 238 от 23.04.2024 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 12.05.2026г. до 11.05.2026г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 36 от 19.01.2024 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	от 11.02.2025г. до 11.02.2026г
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Электронный ресурс Polpred.comОбзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

369200, Карачаево-Черкесская Республика, г.Карачаевск, ул.Ленина,29 корпус 3, ауд. 94

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, занятий по практикам, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Специализированная мебель:

столы ученические, стулья, доска меловая.

Технические средства обучения: переносной экран настенный с электроприводом, проектор, ноутбук.

369200, Карачаево-Черкесская Республика, г.Карачаевск, ул.Ленина,29 корпус 3, ауд. 97

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Специализированная мебель:

столы ученические, стулья, доска меловая.

Технические средства обучения: переносной экран настенный с электроприводом, проектор, ноутбук. Плакаты, муляжи, скелет человека.

369200, Карачаево-Черкесская республика, г. Карачаевск, ул. Ленина, 29. Учебный корпус № 3, ауд. 98
Учебная аудитория для самостоятельной работы обучающихся.
Специализированная мебель:
столы ученические, стулья, доска маркерная.
Технические средства обучения: персональные компьютеры с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета, переносной экран настенный с электроприводом, проектор, ноутбук.

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

1. ABBY FineReader (лицензия №FCRP-1100-1002-3937), бессрочная.
2. Calculate Linux (внесён в ЕРРП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная.
3. GNU Image Manipulation Program (GIMP) (лицензия: №GNU GPLv3), бессрочная.
4. Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная.
5. Kaspersky Endpoint Security (Договор №56/2023 от 25 января 2023г.). Действует до 03.03.2025г.
6. Microsoft Office (лицензия №60127446), бессрочная.
7. Microsoft Windows (лицензия №60290784), бессрочная.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Современные профессиональные базы данных

1. Федеральный портал «Российское образование»- https://edu.ru/documents/
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – http://school-collection.edu.ru/
3. Базы данных Scopus издательства Elsevir http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic.

Информационные справочные системы

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - http://fgosvo.ru.
2. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – http://edu.ru.
3. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – http://school-collection.edu.ru.
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – http://window/edu.ru.

10.Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В группах, в состав которых входят студенты с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий создается гибкая, вариативная организационно-методическая система обучения, адекватная образовательным потребностям данной категории обучающихся, которая позволяет не только обеспечить преемственность систем общего (инклюзивного) и высшего образования, но и будет способствовать формированию у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, ускорит темпы профессионального становления, а также будет способствовать их социальной адаптации.

В процессе преподавания учебной дисциплины создается на каждом занятии толерантная социокультурная среда, необходимая для формирования у всех обучающихся

гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности к полноценному общению, сотрудничеству, способности толерантно воспринимать социальные, личностные и культурные различия, в том числе и характерные для обучающихся с ОВЗ.

Посредством совместной, индивидуальной и групповой работы формируется у всех обучающихся активная жизненная позиции и развитие способности жить в мире разных людей и идей, а также обеспечивается соблюдение обучающимися их прав и свобод и признание права другого человека, в том числе и обучающихся с ОВЗ на такие же права.

В процессе овладения обучающимися с ОВЗ компетенциями, предусмотренными рабочей программой дисциплины преподаватель руководствуется следующими принципами построения инклюзивного образовательного пространства:

– **Принцип индивидуального подхода,** предполагающий выбор форм, технологий, методов и средств обучения и воспитания с учетом индивидуальных образовательных потребностей каждого из обучающихся с ОВЗ, учитывающими различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

– **Принцип вариативной развивающей среды**, который предполагает наличие в процессе проведения учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся необходимых развивающих и дидактических пособий, средств обучения, а также организацию безбарьерной среды, с учетом структуры нарушения в развитии (наврушения опорно-двигательного аппарата, зрения, слуха и др.).

– **Принцип вариативной методической базы,** предполагающий возможность и способность использования преподавателем в процессе овладения обучающимися с ОВЗ данной учебной дисциплиной, технологий, методов и средств работы из смежных областей, применение методик и приемов тифло-, сурдо-, логопедии.

– **Принцип самостоятельной активности обучающихся** с ОВЗ, предполагающий обеспечение самостоятельной познавательной активности данной категории обучающихся посредством дополнения раздела РПД «Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине» заданиями, учитывающими различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий осуществляется учет наиболее типичных проявлений психоэмоционального развития, поведенческих особенностей, свойственных обучающимся с ОВЗ:повышенной утомляемости, инертности эмоциональных реакций, нарушений психомоторной сферы, недостаточное развитие вербальных и невербальных форм коммуникации. В отдельных случаях учитывается их склонность к перепадам настроения, аффективность пове дения, повышенный уровень тревожности, склонность к проявлениям агрессии, негативизма.

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе учебных занятий используются технологии, направленные на диагностику уровня и темпов профессионального становления обучающихся с ОВЗ, а также технологии мониторинга степени успешности формирования у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО при изучении данной учебной дисциплины, используя с этой целью специальные оценочные материалы и формы проведения промежуточной и итоговой аттестации, специальные технические средства, предоставляя обучающимся с ОВЗ дополнительное время для подготовки ответов, привлекая тьютеров).

Материально-техническая база для реализации программы:

1.Мультимедийные средства:

- интерактивные доски «Smart Boarfd», «Toshiba»;
- экраны проекционные на штативе 280*120;
- мультимедиа-проекторы Epson, Benq, Mitsubishi, Aser;

2.Презентационное оборудование:

- радиосистемы AKG, Shure, Quik;
- видеокомплекты Microsoft, Logitech;
- микрофоны беспроводные;
- класс компьютерный мультимедийный на 21 мест;

– ноутбуки Aser, Toshiba, Asus, HP;

Наличие компьютерной техники и специального программного обеспечения: имеются рабочие места, оборудованные рельефно-точечными клавиатурами (шрифт Брайля), программное обеспечение NVDA с функцией синтезатора речи, видеоувеличителем, клавиатурой для лиц с ДЦП, роллером Распределение специализированного оборудования.

11. Лист регистрации изменений

Изменение	Дата и номер ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения
Обновлен договор: 1.Договор № 332 ЭБС ООО «Знаниум» от 02.06.2025г. Действует до 11.06.2026г.		03.06.2026г. протокол № 8