

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	<p>Целью изучения дисциплины является формирование у студентов основополагающего представления о специфике и эффективном управлении предприятиями туристской индустрии различных форм; овладение знаниями экономического механизма менеджмента.</p>
Место дисциплины в учебном плане	Б1.О.15
Общая трудоемкость дисциплины з.е/ часов	4/144
Семестр	8
Формируемые компетенции	УК-1; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5
Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">-принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации в области педагогики физической культуры;-принципы и методы осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства;-требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами;-требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами;-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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">-применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки;-использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма и гостеприимства-оценивать качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.-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; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">-навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов-навыками осуществления поиска, анализа, отбора технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства;-навыками оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;-туристских услуг и услуг сферы гостеприимства, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
Содержание дисциплины	<p>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</p>

	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. Туроверторская 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

a) 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. Муртазалиева, 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.

Форма промежуточной аттестации	8 семестр – экзамен.
--------------------------------	----------------------