ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

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

АННОТАЦИЯ

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

Цель изучения дисциплины	**Целью** 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.14
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	**Знать:** -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; **Уметь:** -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; **Владеть:** -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	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

а) 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.

Форма промежуточной аттестации	5 семестр – экзамен.