

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в рекреации и туризме»
49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм
направленность (профиль) подготовки - «Рекреационно-оздоровительная деятельность»**

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> <p>Для достижения цели ставятся задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
Место дисциплины в учебном плане	Б1. О.13	
Общая трудоемкость дисциплины з.е/ часов	3/108	
Семестр	2	
Формируемые компетенции	<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1 определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними</p> <p>УК-2.2 определяет способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.3 планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p>УК-2.4 выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p>
	<p>ПК-2. Способен осуществлять планирование, организационное сопровождение и управление реализацией услуг в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма</p>	<p>ПК-2.1. Знает методические, организационные и правовые аспекты реализации услуг в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма</p> <p>ПК-2.2. Способен работать в команде, вести переговоры, деловую переписку и делопроизводство, соблюдать деловой этикет и корпоративную культуру.</p>

		ПК-2.3. Владеет навыками планирования, организационного сопровождения и управления реализацией услуг в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма
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 рекреации и туризме /ср/</p> <p>Тема: Организация, цели и задачи управления предприятием в туризме. Комплексное исследование туристического рынка. 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.</p> <p>Туроператорская деятельность туристического предприятия. Турагентская деятельность туристического предприятия. Организация и управление ценовой политикой туристического предприятия. Система маркетинговых коммуникаций. Особенности рекламирования и стимулирования продаж туристической продукции (туров, услуг). Индустрия туризма и гостеприимства. Индустрия размещения. Гостиничные цепи. Организация сервиса размещения туристов. Организация сервиса питания туристов. Социокультурное сопровождение туристов.</p>	

	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 рекреации и туризме.
Виды учебной работы	Лекции, практические, тесты, самостоятельная работа.
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
а) основная литература	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 214 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010337-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1841438 – Режим доступа: по подписке. 2. Юмашева, И. А. Маркетинг туризма : учебно-методическое пособие / И. А. Юмашева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 209 с. - ISBN 978-5-4499-1242-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1873210 – Режим доступа: по подписке. 3. 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. 4. 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-- URL: https://znanium.com/catalog/product/1002448 - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный. 	
б) дополнительная учебная литература	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 1071 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01263-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028517. – Режим доступа: по подписке. 2. Дурович, А. П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. - Минск : РИПО, 2020. - 246 с. - ISBN 978-985-503-989-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1088328 – Режим доступа: по подписке. 3. Дурович, А. П. Реклама в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 158 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015516-6.-URL: https://znanium.com/catalog/product/1039322 4. 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. 5. 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 	
Форма промежуточной аттестации	2 семестр – экзамен.