

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг в сфере туризма

Целью изучения дисциплины является «Маркетинг в сфере туризма» – осветить основные вопросы, связанные с теорией и практикой маркетинговой деятельности, а также особенностями организации и осуществления маркетинговой деятельности на предприятиях туризма.

Для достижения цели ставятся задачи:

- Сформировать понятийный 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.

В результате освоения дисциплины:

Слушатель должен 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.

Слушатель должен 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

Слушатель должен 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

Содержание. Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга. Сущность и основные понятия маркетинга. Основные принципы маркетинга в туризме. Комплексное исследование туристического рынка. Маркетинговый анализ внутренней среды туристического предприятия. 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. Организация и управление товародвижением в системе маркетинга предприятия. Туроператорская деятельность туристических предприятий. Турагентская деятельность туристического предприятия. Организация и управление ценовой политикой туристического предприятия. Сущность маркетинга территорий. Виды маркетинга территорий. Стратегии маркетинга территорий.

Место дисциплины в учебном плане ДПОП: дисциплина входит в обязательную часть. Имеет индекс О. 5.

Требования к предварительной подготовке слушателей. Для успешного освоения дисциплины слушатель должен иметь базовый уровень знаний по следующим дисциплинам: менеджмент в туризме, организация туристской деятельности.

Трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы 72 час., 16 час. лек., 16 прак., 36 час. СРС.

Формы итогового контроля знаний и уровня приобретенных компетенций: экзамен.

Требования к результатам освоения. Дисциплина участвует в формировании

компетенций **ОПК-4, ОПК-5, ПК-2.**

Предусмотрены следующие виды учебных занятий: лекции, семинарские занятия, обсуждение рефератов и докладов, самостоятельная работа слушателя в аудитории и внеаудиторная самостоятельная работа, тесты, консультации преподавателей, применение интерактивных форм обучения.

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под редакцией Е. И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 214 с. - ISBN 978-5-16-013962-3. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072121> (дата обращения: 07.06.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

2. 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> (дата обращения: 07.06.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

3. 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>

б) дополнительная учебная литература

1. 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> (дата обращения: 07.06.2021). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

2. 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> (дата обращения: 07.06.2021). - Режим доступа: по подписке. Текст: электронный.