

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Б1.О.16 ТУРИСТСКИЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 43.03.02 Туризм.

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы.

Цель дисциплины: освоение дисциплины «Туристский маркетинг» направленно на формирование у студентов теоретических и практических знаний о современной системе маркетинга туристского предприятия, знакомство с основными правилами и законами маркетинга в туристской индустрии, разделами маркетинга, спецификой маркетинговой политики туристского предприятия.

Задачи дисциплины:

- получение обучающимися знаний по истории маркетинга и структуре современного маркетинга;
- получение обучающимися знаний об объектах, субъектах, средствах маркетинговой деятельности;
- получение обучающимися знаний о маркетинговой среде, политике в области сбыта, ценообразования и продвижения туристских услуг;
- получение обучающимися знаний о стратегии и тактики маркетинга;
- получение обучающимися знаний об организации и управления маркетингом;
- получение обучающимися знания о методах исследования потребительского спроса на рынке туристских услуг.

Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Дисциплина «Туристский маркетинг» относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули). Актуальность курса «Туристский маркетинг» связана с интенсивным развитием и обновлением структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знания теоретических основ маркетинга позволяют специалистам-маркетологам стимулировать сбыт туристских услуг путем продвижения, изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику туристского предприятия.

Освоение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Организация деятельности туристского предприятия», «Социально-демографические факторы развития туризма», «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных».

Требования к уровню освоения дисциплины.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей профессиональной компетенции: **ОПК-4** способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Основные разделы дисциплины: сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью туристского предприятия; рынок туристских услуг и его компоненты; система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии; основные этапы процесса управления маркетингом в туристской индустрии; туристский продукт и формирование продуктовой стратегии туристского предприятия; ценообразование в маркетинге туристской индустрии; политика распределения и стратегии сбыта туристских

предприятий; система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения продуктов и услуг туристских предприятий; практика международного маркетинга в туристском бизнесе.

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен.

Автор РПД канд. геогр. наук _____ М.Л. Некрасова