Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.23 «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. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Основы проектной деятельности в туризме», «Социально-демографические факторы развития туризма», «Организация размещения туристов».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Туристский маркетинг»

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	
	Знает:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК- 4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	– теоретические и методологические основы маркетинга туристского предприятия; – понятие и состав маркетинговой информационной системы; – теоретические основы и методологию проведения маркетинговых исследований;
	Умеет: – проводить маркетинговые исследования рынка и потребительского спроса; – сформировать маркетинговую информационную систему туристского предприятия; – создать портрет ЦА туристского предприятия;
	Владеет: – навыками составления тех. задания маркетинговых исследований потребителей; – опытом составления опросных анкет и листов для сбора первичных данных о потребителях; – анализом полученных результатов с применением методов статистики;
ИОПК-4.2 Знает и умеет использовать основные методы продаж туристских услуг, в том числе онлайн	***Знает:*** – сегментацию рынка и методы сбора маркетинговой информации о потенциальных потребителях туристского предприятия; – состав и содержание комплекса маркетинга туристского предприятия; – факторы маркетинговой среды туристского предприятия; – технологию сбора и использования информации о рынке, конкурентах и потребителях;
	Умеет: - создать портрет ЦА туристского предприятия; – составить техническое задание маркетинговых исследований особенностей потребителя с учетом социально-демографических факторов; – сформировать торговую марку предприятия.
	Владеет: – приемами составления портрета потенциального клиента; – приемами разработки фирменного стиля. – навыками работы с информационными системами;
ИОПК- 4.3 Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	***Знает:*** – специфику поведения потребителей на рынке туристских услуг; – технологию построения политики сегментирования и позиционирования услуг туристского предприятия на рынке; – законодательство по ведению марочной политики и разработки фирменного стиля.
	Умеет: – прогнозировать спрос и предложение на услуги; – разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения туристского предприятия;
	Владеет: – маркетинговым инструментарием для принятия оптимальных управленческих решений в туристских предприятиях; – приемами управления конкурентоспособностью туристского предприятия. – методами проведения маркетинговых исследований в туризме и своевременного получения рыночной информации;

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1.	Сущность, содержание и роль современного маркетинга в процессе управления рыночной деятельностью туристского предприятия	10	2	2	6
2.	Рынок туристских услуг и его компоненты	12	2	4	6

3.	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	12	2	4	6
4.	Основные этапы процесса управления маркетингом в туристской индустрии	12	2	6	8
5.	Туристский продукт и формирование продуктовой стратегии туристского предприятия	12	2	6	8
6.	Ценообразование в маркетинге туристской индустрии	12	2	4	6
7.	Политика распределения и стратегии сбыта туристских предприятий	12	2	4	6
8.	Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения продуктов и услуг туристских предприятий	12	2	4	6
9.	Практика международного маркетинга в туристском бизнесе	12	2	4	6
ИТОГО по разделам дисциплины			**16**	**32**	**53**
Контроль самостоятельной работы (КСР)		**5**			
Промежуточная аттестация (ИКР)		**0,3**			
Экзамен		**35,7**			
Общая трудоемкость по дисциплине		**144**			

Курсовые работы: *не предусмотрены.*
Форма проведения аттестации по дисциплине: *Экзамен.*

Автор РПД ст. преподаватель _____ А.А. Жуликов