

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
	<b>Знает:</b>

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;
	<b>Умеет:</b> – проводить маркетинговые исследования рынка и потребительского спроса; – сформировать маркетинговую информационную систему туристского предприятия; – создать портрет ЦА туристского предприятия;
	<b>Владеет:</b> – 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	<b>Знает:</b> – сегментацию рынка и методы сбора маркетинговой информации о потенциальных потребителях туристского предприятия; – состав и содержание комплекса маркетинга туристского предприятия; – факторы маркетинговой среды туристского предприятия; – технологии сбора и использования информации о рынке, конкурентах и потребителях;
	<b>Умеет:</b> – создать портрет ЦА туристского предприятия; – составить техническое задание маркетинговых исследований особенностей потребителя с учетом социально-демографических факторов; – сформировать торговую марку предприятия.
	<b>Владеет:</b> – 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	<b>Знает:</b> – 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.
	<b>Умеет:</b> – прогнозировать спрос и предложение на услуги; – разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения туристского предприятия;
	<b>Владеет:</b> – 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.

Вид учебной работы	Всего часов	Курс (часы)
		2
<b>Контактная работа, в том числе:</b>		
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	34	34
<b>Иная контактная работа:</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>

Контроль самостоятельной работы (КСР)		6	5
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>		<b>61</b>	<b>61</b>
Проработка учебного (теоретического) материала		31	31
Подготовка к текущему контролю и др.		30	30
<b>Контроль:</b>		<b>26,7</b>	<b>26,7</b>
Подготовка к экзамену		26,7	26,7
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>56,3</b>	<b>56,3</b>
	<b>зач. ед</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

**Курсовые работы:** *не предусмотрены.*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *Экзамен.*

Автор РПД ст. преподаватель \_\_\_\_\_



А.А. Жуликов