

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.14 Маркетинг в туристкой индустрии**
название дисциплины

43.03.02 Туризм, профиль Международный туризм
направление (специальность), профиль (специализация)

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса Б1.Б.14 Маркетинг в туристкой индустрии – усвоение студентами теоретических основ, практических умений и навыков выработки и внедрения эффективных решений в области организации маркетинговой деятельности, с целью наиболее эффективного достижения маркетинговых целей предприятий туристской индустрии.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Б1.Б.14 Маркетинг в туристкой индустрии относится к дисциплинам базовой части учебного плана.

Изучение данного курса базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин, изученных при освоении ОПОП бакалавриата (Организация туристкой деятельности, Менеджмент в туристкой индустрии и др.).

Дисциплина Б1.Б.14 Маркетинг в туристкой индустрии является основой для изучения теоретических основ маркетинговой и рекламной деятельности туристского предприятия, способствует расширению знаний обучающихся о видах, средствах и специфике маркетинговых исследований, а также принципам организации работы по сбору и интерпретации маркетинговой информации, принятии маркетинговых решений.

Знания используются при прохождении производственной практики и в профессиональной деятельности при непосредственной работе с клиентом в туристских организациях.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

а) Профессиональные компетенции:

- способностью к разработке туристского продукта (ОПК-2).

В результате освоения дисциплины студент должен **знать:**

- особенности маркетинга предприятий сферы туризма;
- систему маркетинга туристических фирм;
- методологию маркетинговых исследований;
- методику ценообразования на туристические и гостиничные услуги;
- основные направления маркетинга в сфере сервиса и туризма;
- различные виды маркетинговых коммуникаций в сфере гостиничного хозяйства и туризма.

Уметь:

- оценивать конкурентоспособность предприятия;
- проводить маркетинговые исследования фирмы;
- использовать формы и виды рекламы в продвижении продукта.

Владеть:

- навыками принятия маркетинговых решений на основе результатов проведенных маркетинговых исследований.

4. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

6 семестр: 4 ЗЕТ, 144 часа (лекции 32, практические 32, самостоятельная 44).

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
----------	----------------------	---------	---	---

1	Раздел 1. Маркетинг как инструмент развития сферы туризма.	6	6	6	8		Опрос, доклад по теме.
1.1	Маркетинг как инструмент развития сферы туризма в условиях рыночной экономики: понятие сущности маркетинга.	6	2	2	2		Опрос, доклад по теме.
1.2	Система маркетинга, ее особенности. Маркетинг в туризме.	6	2	2	2		Опрос, доклад по теме.
1.3	Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия.	6	2	2	4		Опрос, доклад по теме.
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования	6	6	6	10		Опрос, доклад по теме.
2.1	Исследование рынка услуг. Маркетинговые исследования конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.	6	2	2	2		Опрос, доклад по теме.
2.2	Маркетинговые исследования рынка гостиничных услуг. Потребители туристских услуг и их потребительское поведение.	6	2	2	4		Опрос, доклад по теме.
2.3	Сегментация рынка.	6	2	2	4		Опрос, доклад по теме.
3	Раздел 3. Стратегии маркетинга	6	8	8	8		Опрос, доклад по теме.
3.1	Продукт и жизненный цикл туристского продукта. Продуктовые стратегии.	6	4	4	4		Опрос, доклад по теме.
3.2	Цена и ценовые стратегии. Методы определения цены в индустрии туризма.	6	4	4	4		Опрос, доклад по теме.
4	Раздел 4. Маркетинговые коммуникации	6	6	6	8		Опрос, доклад по теме.
4.1	Комплекс маркетинговых коммуникаций	6	2	2	4		Опрос, доклад по теме.
4.2	Продвижение товаров и услуг гостиничной индустрии и туризма	6	4	4	4		Опрос, доклад по теме.
5	Раздел 5. Международный	6	6	6	10		Опрос, доклад по теме.

	маркетинг						
5.1	Международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг - особая составная часть маркетинга. Специфика международного маркетинга в России.	6	4	4	6		Опрос, доклад по теме.
5.2	Контроллинг в системе маркетинга.	6	2	2	4		Опрос, доклад по теме.
	Итого	6	32	32	44	36	Экзамен

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Маркетинг туризма: Учеб. пособие для студ. вузов / Авт. И.В. Гончарова и др. – М.: федеральное агентство по туризму, 2014. – 217с.
2. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студ.вузов / Ф. Котлер, Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 1045с.

б) дополнительная литература:

1. Морозова Н.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. для вузов / Н.С. Морозова, М.А. Морозов. –М.: Академия, 2009. – 288с.
2. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. — 176 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21420.html>
3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб.пособие для студ.вузов / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2014. – 323с.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Учебная дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание должно быть представлено в сети Интернет или локальной сети вуза (факультета). Для обучающихся

должна быть обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями, обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

1. Windows 10 Pro
2. WinRAR
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. Microsoft Office Professional Plus 2016
5. Microsoft Visio Professional 2016
6. Visual Studio Professional 2015
7. Adobe Acrobat Pro DC
8. ABBYY FineReader 12
9. ABBYY PDF Transformer+
10. ABBYY FlexiCapture 11
11. Программное обеспечение «interTESS»
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс», версия «эксперт»
13. ПО Kaspersky Endpoint Security
14. «Антиплагиат.ВУЗ» (интернет - версия)
15. «Антиплагиат- интернет»

1. www.marketing.spb.ru – Энциклопедия маркетинга. Один из наиболее популярных сайтов, посвященных маркетингу. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера.

2. www.4p.ru – «4p.ru – е-журнал по маркетингу» – Сайт полностью посвящен маркетингу; содержит интересные теоретические материалы по различным аспектам маркетинга, а также раздел, посвященный результатам

маркетинговых исследований. Кроме того, на сайте есть книжный магазин деловой литературы, каталог ссылок на ресурсы сети.

3. marketing.al.ru – «Бизнес в сетях» – На сайте собрана информация по маркетингу (в основном, теоретического характера).

Автор  Назарова Л.Х. – к.э.н., доцент кафедры теории и методики сервиса и туризма ИЭПиУ СахГУ.

Рецензент  – Домра Ю.М., ст. преподаватель кафедры теории и методики сервиса и туризма ИЭПиУ СахГУ.

Рассмотрена и актуализирована на заседании кафедры теории и методики сервиса и туризма «09» июня 2018г., протокол № 16.

Утверждена на совете ИЭПиУ «10» июля 2018г., протокол №10/37.
