

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.05 Маркетинг в туристской индустрии

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)

43.03.02.32 Технология и организация туристских услуг

Форма обучения

заочная

Год набора

2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

к.э.н., Доцент, М.С.Злотников; к.т.н., А.А.Рябинин

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Изучение дисциплины предполагает формирование у студентов профессиональных компетенций в области современных маркетинговых концепций, функций и технологий развития коммерческих и некоммерческих организаций сферы рекреации и туризма.

Целью дисциплины является формирование у студентов знаний о видах маркетинга по сферам услуг в туризме и туристской деятельности, приобретение умений и навыков использования методов маркетинговых исследований потребителей услуг, методов сравнительного анализа конкурентов, способностей принимать решения в выборе маркетинговой стратегии организации в условиях неопределенности.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачами изучения дисциплины в соответствии с требованиями к формированию ключевых компетенций специалистов по данному направлению подготовки являются формирование:

- о знаний современных концепций и технологий маркетинга в туризме;
- о знаний функций маркетинговой деятельности коммерческих и некоммерческих физкультурно-оздоровительных и спортивных организаций;
- о знаний прикладных методов маркетинговых исследований;
- о знаний основных моделей и методов оценки удовлетворенности и лояльности потребителей услуг туризма;
- о умений определения взаимосвязи знаний организации о своих потребителях с выбором маркетинговой стратегии на рынке услуг по туризму;

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	
ОПК-4.1: Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	

ОПК-4.2: Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-	
телекоммуникационной сети Интернет	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Контактная работа, ак. час.							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Сущность маркетинга									
	1. Сущность маркетинга	1							
	2. Сущность маркетинга			1					
	3. Сущность маркетинга							18	
2. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в туризме									
	1. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в туризме	1							
	2. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в туризме			1					
	3. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в туризме							9	
3. Микросреда и макросреда маркетинга туристического предприятия									
	1. Микросреда и макросреда маркетинга туристического предприятия	0,5							

2. Микросреда и макросреда маркетинга туристического предприятия			1					
3. Микросреда и макросреда маркетинга туристического предприятия							16	
4. Исследование потребителей туристических услуг								
1. Исследование потребителей туристических услуг	0,5							
2. Исследование потребителей туристических услуг			1					
3. Исследование потребителей туристических услуг							16	
5. Исследование конкурентов на туристическом рынке								
1. Исследование конкурентов на туристическом рынке	1							
2. Исследование конкурентов на туристическом рынке			1					
3. Исследование конкурентов на туристическом рынке							16	
6. Сегментирование туристического рынка и позиционирование туристического продукта								
1. Сегментирование туристического рынка и позиционирование туристического продукта	1							
2. Сегментирование туристического рынка и позиционирование туристического продукта			1					
3. Сегментирование туристического рынка и позиционирование туристического продукта							16	
7. Товарная стратегия туристического предприятия								
1. Товарная стратегия туристического предприятия	0,5							
2. Товарная стратегия туристического предприятия								
3. Товарная стратегия туристического предприятия							16	
8. Коммуникационная политика туристического предприятия								
1. Коммуникационная политика туристического предприятия	0,5							

2. Коммуникационная политика туристического предприятия								
3. Коммуникационная политика туристического предприятия							16	
Всего	6		6				123	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Стратегический маркетинг для магистров: Учебник(Москва: Вузовский учебник).
2. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Дэвис Дж. А. Эффект Олимпийских игр. Как спортивный маркетинг создает сильные бренды: [перевод с английского](Москва: Рид Медиа).
4. Вингерт В. В. Основы маркетинга: электрон. учеб.-метод. комплекс дисциплины(Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Используются следующие программы: MicrosoftPowerPoint. офисный пакет MicrosoftOffice, браузерMozillaFirefox (InternetExplorer), архиватор 7Zip (WinRar).

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебный процесс протекает в учебных аудиториях и видеоклассах. Для обеспечения учебного процесса используются доска для иллюстрации и пояснения излагаемого материала; телевизор и видеомаягнитофон для просмотра учебных видеофильмов.