

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Маркетинг»

Направление подготовки бакалавров 43.03.02 «Туризм»

Профиль подготовки «Технология и организация туристской деятельности»

Кафедра туризма и сервиса

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>формирование комплекса знаний, базовых умений и навыков в области маркетинга для обеспечения адекватной ориентации в современном социуме, знать особенности культуры взаимоотношений и поведения потребителей на рынке, владеть основами анализа рыночной конъюнктуры, обобщения информации о потребителях, постановке целей проведения маркетинговых исследований и выбора путей их достижения</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Маркетинговая среда Тема 2. Маркетинговая информация: понятие, виды, источники получения Тема 3. Маркетинговые исследования: методы исследований Тема 4. Сегментация рынка. Выбор целевого сегмента и стратегии охвата рынка Тема 5. Комплекс маркетинга: товарная политика. Тема 6. Комплекс маркетинга: ценовая политика. Тема 7. Комплекс маркетинга: сбытовая политика. Тема 8. Комплекс маркетинга: коммуникационная политика. Тема 9. Стратегический маркетинг: понятие, виды стратегий</p>
<p>Пререквизиты дисциплины</p>	<p>«Экономика организации»</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</p>	<p>ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта ПКО-1 Способен организовывать работу исполнителей, принимать решение об организации туристской деятельности ПКО-5 Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма</p>
<p>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>ОПК-4 Знать: - методы исследования и анализа рынка туристских услуг; - методы продажи и продвижения анализа рынка туристских услуг и новые формы обслуживания потребителей Уметь: - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; - проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка туристских услуг; - разрабатывать и реализовывать программы продаж и продвижения туристского продукта. Владеть: - навыками проведения исследования рынка туристских услуг; - навыками продажи туристского предприятия. - навыками формирования комплекса продвижения туристского предприятия ПКО-1 Знать: - организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли,</p>

	<p>особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распределить обязанности в сфере организации и осуществления маркетинговой деятельности среди сотрудников туристской организации <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки эффективности организации маркетинговой деятельности, в том числе отдельных ее исполнителей <p>ПКО-5</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в туристской сфере - методы изучения удовлетворенности и лояльности потребителей, проведения мониторинга качества обслуживания в организациях сферы туризма. - методы поиска информации в глобальных информационных сетях и других источниках. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять исследование рынка туристских услуг, в том числе в области оценки удовлетворенности и лояльности потребителей, - проводить мониторинг качества обслуживания в организациях сферы туризма. - осуществлять нахождение и сбор требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения маркетинговых исследования рынка в области анализа конкурентов, потребителей, предприятия. - навыками оценки удовлетворенности и лояльности потребителей, а также осуществления мониторинга качества обслуживания. - навыками сбора научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации.
Используемые инструментальные и программные средства	Microsoft Office
Форма текущего контроля	Рейтинг-контроль № 1,2,3
Форма промежуточного контроля знаний	Зачет с оценкой

Составитель аннотации:
 Заведующий кафедрой КиГ
 Председатель учебно-методической комиссии
 Направления 43.03.02



К. А. Нефедова
 О. Б. Ярьс
 О. Б. Ярьс