

**АННОТАЦИЯ**  
рабочей программы учебной дисциплины

**МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки бакалавров 43.03.02 – «Туризм»  
Профиль подготовки «Технология и организация туристской деятельности»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<b>Цель изучения дисциплины</b>	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.
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Маркетинговая среда 2. Маркетинговая информация: понятие, виды, источники получения 3. Маркетинговые исследования: методы исследований 4. Сегментация рынка. Выбор целевого сегмента и стратегии охвата рынка. 5. Комплекс маркетинга: товарная политика 6. Комплекс маркетинга: ценовая политика 7. Комплекс маркетинга: сбытовая политика 8. Комплекс маркетинга: коммуникационная политика 9. Стратегический маркетинг: понятие, виды стратегий
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	«Экономика организации»
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	(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
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<b>ОПК-4:</b> <i>Знать:</i> - методы исследования и анализа рынка туристских услуг; - методы продажи и продвижения анализа рынка туристских услуг и новые формы обслуживания потребителей <i>Уметь:</i> - 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. <i>Владеть</i> - навыками проведения исследования рынка туристских услуг; - навыками продажи туристского предприятия. - навыками формирования комплекса продвижения туристского

	<p>предприятия.</p> <p><b>ПКО-1:</b></p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли,</li> <li>- особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распределить обязанности в сфере организации и осуществления маркетинговой деятельности среди сотрудников туристской организации</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками оценки эффективности организации маркетинговой деятельности, в том числе отдельных ее исполнителей</li> </ul> <p><b>ПКО-5:</b></p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в туристской сфере</li> <li>- методы изучения удовлетворенности и лояльности потребителей, проведения мониторинга качества обслуживания в организациях сферы туризма.</li> <li>- методы поиска информации в глобальных информационных сетях и других источниках.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять исследование рынка туристских услуг, в том числе в области оценки удовлетворенности и лояльности потребителей,</li> <li>- проводить мониторинг качества обслуживания в организациях сферы туризма.</li> <li>- осуществлять нахождение и сбор требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации.</li> </ul> <p><i>Владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения маркетинговых исследования рынка в области анализа конкурентов, потребителей, предприятия.</li> <li>- навыками оценки удовлетворенности и лояльности потребителей, а также осуществления мониторинга качества обслуживания.</li> <li>- навыками сбора научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации.</li> </ul>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail
<b>Формы текущего контроля:</b>	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, эссе, кейсы), деловые игры, тесты
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	Зачет с оценкой

Составитель аннотации

Заведующий кафедрой КиГ

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 43.03.01

 К.А. Нефедова

О.Б. Ярьс

О.Б. Ярьс

