

# Маркетинг в туристской индустрии

## 1 Цели и задачи дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование теоретических и практических знаний и навыков в области маркетинга в туристской индустрии.

## 2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг в туристской индустрии» (Б1.Б.13) относится к обязательным дисциплинам базовой части дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 43.03.02 «Туризм»

Для освоения дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения предметов «Организация туристской деятельности», «Менеджмент в туристской индустрии», «Экономика туристского рынка».

Освоение дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Реклама в туристской индустрии», а также для прохождения производственной практики и написания выпускной квалификационной работы.

## 3 Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами ФГОС ВО дисциплина «Маркетинг в туристской индустрии» обеспечивает формирование следующих компетенций бакалавра:

ОК-2 – способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ПК-11 – способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.

**В результате изучения дисциплины студент должен:**

**знать:**

- современные тенденции в развитии маркетинга в туристской индустрии;
- виды, методы и основные направления маркетинговых исследований в туризме;
- основные принципы и методы формирования продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики туристского предприятия;
- основы сегментирования рынка туристских услуг;
- сущность организации и контроля маркетинга на туристском предприятии.

**уметь:**

- анализировать рынок туристских услуг;
- сегментировать рынок туристских услуг и позиционировать продукцию;
- проводить маркетинговые исследования в туристской индустрии;
- организовывать процесс обслуживания потребителей;
- разрабатывать продуктовую, сбытовую, ценовую и коммуникационную политики туристского предприятия.

**владеть:**

- навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия решений в области маркетинга туристского предприятия;
- умениями применять методы маркетингового управления предприятием в профессиональной деятельности.

## 4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 ч.