

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Абазян Артак Горикович  
Должность: Заведующий кафедрой туризма и физической культуры  
Дата подписания: 21.06.2021 11:15:31  
Уникальный программный ключ:  
7bf4a479f8599c708daba08f5d6e4b10e

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой туризма  
 Д.А. Горбачева  
«18» августа 2017 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.Б.16 «ТУРОПЕРЕЙТИНГ: ТУРИСТСКИЙ МАРКЕТИНГ»**

Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

Профиль подготовки - Технология и организация туроператорских и  
турагентских услуг

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

**Составитель:**

к.п.н., доцент кафедры туризма  Егорова Е.Н.

Краснодар  
2017

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Целью** освоения дисциплины является формирование маркетингового мировоззрения будущего специалиста, способного разрабатывать и реализовывать туристский продукт, обладающий качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

### **Задачи:**

- изучение основ маркетинга в туристской индустрии;
- изучение особенностей маркетинга в туристской индустрии;
- изучение основных понятий маркетинга в российской туристской индустрии.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 Туризм дисциплина «Туроперейтинг: туристский маркетинг» входит в состав обязательных дисциплин базовой части блока 1.

Дисциплина обеспечивает формирование совокупного ожидаемого результата образовательной работы в соответствии с компетентностной моделью выпускника по направлению подготовки 43.03.02 Туризм с квалификацией (степенью) – «Бакалавр».

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам базовой и вариативной части Блока 1, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области туризма: «Русский язык и культура речи», «География», «Введение в профессию», «Психология», «Социология», «Основы государственной политики Российской Федерации», «Экономика», «Профессиональное общение в туризме», «Поведение потребителей», «Управление на предприятиях туристской индустрии».

Для успешного изучения дисциплины учащиеся должны обладать достаточными знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения перечисленных выше учебных курсов.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения навыками, формируемые данной учебной дисциплиной:

«Туроперейтинг», «Предпринимательство в туризме», «Бизнес-планирование» и др.

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

### **а) общепрофессиональных (ОПК)**

- способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3).

### **б) профессиональных (ПК)**

- способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями

- потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5);  
научно-исследовательская деятельность:

способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК-6);

- способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7);

- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-8);

- способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

***Знать:***

- теоретические основы маркетинга;
- основные тенденции направления развития маркетинговых исследований;
- особенности маркетинга в туристской индустрии;
- основные задачи маркетинга предприятий туристской индустрии;
- составляющие маркетинговой среды предприятий туристской индустрии;
- основные инструменты маркетинга: основы маркетинговых исследований и анализа, сегментирования, позиционирования, товарной, ценовой, коммуникативной политики, политики распределения;

- особенности использования инструментов маркетинга на предприятиях индустрии туризма;

- особенности маркетинга услуг;

- теоретические основы организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей;

- потребности потребителей туристских услуг и продуктов;

- сущность анализа текущей ситуации на предприятиях туристской индустрии;

- методы анализа маркетинговой среды предприятия;

- методы удовлетворения социальных и культурных потребностей человека, семьи и общества.

***Уметь:*** оценивать рынки сбыта потребителей клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности.

***Владеть:*** навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта, мониторинга туристской индустрии;

навыками использования инструментов маркетинга предприятиями туристской индустрии;

навыками принятия решений в области товарной, ценовой, коммуникативной политики и политики распределения.

***Приобрести опыт деятельности*** в системе знаний о маркетинге в туристской индустрии.

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). Дисциплина реализуется в 4-5 семестрах. Форма промежуточной аттестации – экзамен в 4-5 семестрах.