

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Абазян Артак Горикович

Должность: Заведующий кафедрой туризма и физической культуры

Дата подписания: 21.08.2020 11:26:58

Уникальный программный ключ:

7fbf4a479f8599c708daba086bb8864e717b3a7

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

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра туризма и физической культуры

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой туризма и ФК

\_\_\_\_\_ А.Г. Абазян

«26» августа 2020 г. Пр № 1

**АННОТАЦИЯ**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.О.25 МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ**

**Направлени  
е  
подготовки  
(профиль):** **43.03.02 Туризм (Технология и организация  
туроператорских и турагентских услуг)**

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2019

**Краснодар  
2020**

## Б1.О.25 МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

### 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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

| Наименование компетенций  | Индикаторы сформированности компетенций   |  |   |
|---|---|--|---|
|   | знать   | уметь  | владеть   |
| ОПК-4<br>Способность осуществлять исследования в туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | <ul style="list-style-type: none"> <li>• теоретические основы маркетинга;</li> <li>• основные задачи маркетинга предприятий туристской индустрии</li> <li>• основные тенденции направления развития маркетинговых исследований;</li> <li>• особенности маркетинга в туристской индустрии</li> <li>• составляющие маркетинговой среды предприятий туристской индустрии</li> <li>• основные инструменты маркетинга: основы маркетинговых исследований и анализа, сегментирования, позиционирования, товарной, ценовой, коммуникативной политики, политики распределения;</li> <li>• методы удовлетворения социальных и культурных потребностей человека, семьи и общества.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• оценивать рынки сбыта потребителей клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации туристского продукта, мониторинга туристской индустрии;</li> <li>• навыками использования инструментов маркетинга предприятиями туристской индустрии;</li> <li>• навыками принятия решений в области товарной, ценовой, коммуникативной политики и политики распределения.</li> </ul> |