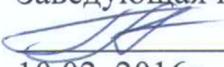


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТУРИЗМА
КАФЕДРА ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой туризма
 Д.А. Горбачева
10.02. 2016г.

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

Б1.Б. 16 « Маркетинг в туристской индустрии»

Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

Профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Квалификация (степень) выпускника - Бакалавр

Форма обучения - очная, заочная.

Составитель:

доктор педагогических наук,
профессор кафедры туризма



Горбачева Д.А..

Краснодар
2016

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» - формирование маркетингового мировоззрения будущего специалиста, способного разрабатывать и реализовывать туристский продукт, обладающий качествами, удовлетворяющими требования потребителей.

Задачи:

1. изучение основ маркетинга в туристской индустрии;
2. изучение особенностей маркетинга в туристской индустрии;
3. 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, «Маркетинг в туристской индустрии» входит в состав профессионального цикла дисциплин базовой части цикла 1.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам базовой части Блока 1, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области туризма:

- «Русский язык и культура речи»
- «Основы туризма»
- «Психология»
- «Социология»

Данные дисциплины являются теоретической базой для профессиональной деятельности магистра туризма.

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».

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

Изучение дисциплины будет способствовать успешному усвоению следующих дисциплин:

- «Введение в профессию»
- «Предпринимательство в туризме»
- «Технологии продаж в туризме»

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:

профессиональные (ПК)

организационно-управленческая деятельность:

способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4);

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:

1)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;

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.

2)Уметь:

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

3)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 5 зачетных единицы (180 часа).
Дисциплина реализуется в 3 семестре. Форма промежуточной аттестации - экзамен в 3 семестре.

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Сущность и содержание маркетинга туристской индустрии	4	1-17	18	32 (10)	-	31	Реферат
2	Основные понятия маркетинга	4	1-17	16(4)	24 (10)	-	23	Тест
	Итого	4,5		34	56	-	54	Экзамен в 5 семестре(36 ч.)

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Сущность и содержание маркетинга туристской индустрии	4	1-8	4	10	-	74	Реферат
2	Основные понятия маркетинга	4	9-14	4	6	-	71	Тест
	Итого	4,5		8	16	-	145	Экзамен в 5 семестре(11 ч.)