

**Приложение к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг в туризме»**

43.03.02 «Туризм» Бакалавриат

Организация и технологии управления туристским предприятием

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг в туризме

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 / 108
Цель изучения дисциплины	получение знаний в области организации маркетинговой деятельности на туристском предприятии
Содержание дисциплины	Общая характеристика маркетинговой деятельности: сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме. Развитие концепций маркетинга и их реализация Исследование внутренней и внешней среды маркетинга туристского предприятия. SWOT-анализ, Pest-анализ Маркетинговые исследования, виды и направления. Сегментирование рынка. Изучение потребителей, работа с целевой аудиторией. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия. Продуктовая стратегия туристского предприятия Ценовая стратегия туристского предприятия Каналы продаж, b2b, b2c, b2g Коммуникативная стратегия туристского предприятия
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-4
Индикаторы достижения компетенций	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы туризма Ознакомительная практика Преддипломная практика
Образовательные технологии	Лекционные занятия, Практические занятия, срс
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой