

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Взаимодействие с потребителями в туризме и индустрии гостеприимства

Наименование ОПОП ВО

43.03.02 Туризм. Организация туристских и гостиничных комплексов

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Взаимодействие с потребителями в туризме и индустрии гостеприимства» является формирование комплексных теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного процесса продвижения и реализации турпродукта, основанного на оценке потребительского рынка, конкурентной среды, качественных характеристик, с применением коммуникативных и информационных технологий.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать системные знания об основах туристского и гостинично-ресторанного маркетинга гостиничных, ресторанных предприятий, а также санаторно-курортных комплексов;

- сформировать умения оценки потребителей, конкурентной среды и туристского продукта;

- сформировать умения использовать современные технологии взаимодействия с потребителями гостиничных, ресторанных предприятий, а также санаторно-курортных комплексов;

- сформировать навыки владения современными технологиями продаж турпродукта и определения их эффективности для гостиничных, ресторанных предприятий, а также санаторно-курортных комплексов.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПКВ-4 : Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации	ПКВ-4.1к : Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского	РД1	Знание	технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
			РД2	Умение	выявлять потребности потребителя гостиничного, ресторанный предприятия, санаторно-курортного комплекса; работать в "контактной зоне"

		продукта, оказанию туристских услуг	РД4	Навыки	техникой беседы с потребителем туристского продукта
--	--	-------------------------------------	-----	--------	---

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

1) Сущность и содержание туристского и гостинично-ресторанного маркетинга. Современная концепция маркетинга.

2) Комплексные исследования рынка услуг. Конкурентоспособность и пути ее повышения. Анализ потребителей услуг предприятий туризма и гостинично-ресторанного бизнеса .

3) Сущность товара в маркетинге. Цена как инструмент маркетинга. Товародвижение, сбыт и сервис в маркетинговой деятельности.

4) Маркетинговые коммуникации на предприятиях туризма и гостинично-ресторанного сервиса Маркетинговое планирование на предприятии Организация маркетинговой деятельности в предприятии.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.ДВ.Д	7	4	41	20	20	0	1	0	103	Э

Составители(ль)

Петрова Г.А., ассистент, Кафедра туризма и экологии, Galina.Nikiforova@vvsu.ru

Толстых И.Н., кандидат исторических наук, специалист ii категории, Центр "Абитуриент", Irina.Tolstykh23@vvsu.ru