

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг туристских бизнес-систем

Наименование ОПОП ВО

43.04.02 Туризм. Управление туристско-рекреационными комплексами

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Маркетинг туристских бизнес систем» является формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в контексте осуществления маркетинговой деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать у магистрантов знания теоретических основ управления коллективом в маркетинговой деятельности и методов маркетингового исследования научной информации;
- привить магистрантам умения применять методы маркетинговых исследований и толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- сформировать комплекс практических навыков в планировании маркетинга на основе представленных результатов маркетинговых исследований и организации руководства маркетинговой деятельностью на предприятиях туризма.

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	
43.04.02 «Туризм» (М-ТУ)	ОПК-4 : Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ОПК-4.1к : Применяет технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности	РД1	Знание	технологий маркетинговых исследований
			РД1	Навыки	применять технологии маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма
			РД1	Умение	внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе в сети Интернет
	ОПК-4.2к : Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма		РД2	Знание	маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма
			РД2	Навыки	проведения кабинетных и полевых исследований
			РД2	Умение	разрабатывает маркетинговые стратегии и программы

		ОПК-4.3к : Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет	РДЗ	Знание	этапы и технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ
			РДЗ	Навыки	анализировать факторы, определяющие технологию внедрения маркетинговых стратегий и программ
			РДЗ	Умение	предлагать технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Основные понятия и содержание маркетинга. Современное состояние маркетинга в индустрии туризма. Сегментирование рынка туристских услуг
- 2) Стратегический анализ в туризме. Маркетинговые исследования туристского продукта
- 3) Маркетинговые исследования рынка услуг. Планирование маркетинга. Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия
- 4) Маркетинговая ценовая стратегия туристских бизнес-систем. Маркетинг туристских дестинаций

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 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.04.02 Туризм	ЗФО	М01.Б	2	4	11	2	8	0	1	0	133	Э

Составители(ль)

*Кононов А.Ю., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и экологии,
Artem.Kononov@vvsu.ru*