

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Наименование дисциплины (модуля)

Взаимодействие с потребителями в туризме и индустрии гостеприимства

### Наименование ОПОП ВО

43.03.02 Туризм. Туризм

### 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;
- сформировать умения оценки потребителей, конкурентной среды и туристского продукта;
- сформировать умения использовать современные технологии взаимодействия с потребителями в индустрии туризма и гостинично-ресторанного бизнеса;
- сформировать навыки владения современными технологиями продаж турпродукта и определения их эффективности.

### Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотношенные 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-2 : Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПКВ-2.2к : Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	РД3	Знание	технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
			РД4	Умение	выбирать и применять эффективные технологии продаж; использовать коммуникативные и информационные технологии при реализации туристского продукта;

			РД5	Навыки	оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности
--	--	--	-----	--------	---

### 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	ЗФО	Б1.ДВ.Д	4	4	13	4	8	0	1	0	131	Э

### Составители(ль)

*Михина И.С., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и экологии, [Pona.Mihina@vvsu.ru](mailto:Pona.Mihina@vvsu.ru)*

*Петрова Г.А., ассистент, Кафедра туризма и экологии, [Galina.Nikiforova@vvsu.ru](mailto:Galina.Nikiforova@vvsu.ru)*