

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Цифровые каналы сбыта туристских услуг

Наименование ОПОП ВО

43.03.02 Туризм. Туризм

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Цифровые каналы сбыта туристских услуг» является формирование комплексных теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного процесса цифрового продвижения и реализации турпродукта, основанного на оценке потребительского рынка, конкурентной среды, качественных характеристик, с применением коммуникативных и онлайн-технологий.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать системные знания об основах туристского и гостинично-ресторанного маркетинга в цифровой среде;
- сформировать умения оценки потребителей, конкурентной среды и туристского продукта посредством современных онлайн-технологий;
- сформировать умения использовать электронные технологии взаимодействия с потребителями в индустрии туризма и гостинично-ресторанного бизнеса;
- сформировать навыки владения современными технологиями онлайн-продаж турпродукта и определения их эффективности.

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-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	РД2	Навык	техникой беседы с потребителем туристского продукта
			РД4	Умение	выбирать и применять эффективные технологии продаж; использовать коммуникативные и информационные технологии при реализации туристского продукта;
		ПКВ-2.3к : Ведет переговоры с партнерами, согласовывает	РД1	Умение	выявлять потребности потребителя, работать в "контактной зоне"

		условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	РД3	Знание	технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
			РД5	Навык	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 в цифровой среде. Современная концепция маркетинга.

2) Онлайн-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 цифрового маркетинга. Товародвижение, сбыт и сервис в маркетинговой деятельности.

4) Цифровые 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 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.В	5	3	51	20	30	0	1	0	57	Э

Составители(ль)

*Петрова Г.А., доцент, Кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса,
Galina.Nikiforova@vvsu.ru*