

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мурманский арктический государственный университет»
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.19 Маркетинг в туристской индустрии

(название дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом)

**основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки**

43.03.02 Туризм

**Направленность (профиль) Технология и организация туроператорской и турагентской
деятельности**

(код и наименование направления подготовки
с указанием направленности (наименования магистерской программы))

высшее образование – бакалавриат

уровень профессионального образования: высшее образование – бакалавриат / высшее образование –
специалитет, магистратура / высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации

бакалавр

квалификация

очная

форма обучения

2022

год набора

Составитель(и):

Белевских Т.В., канд.экон.наук, доцент,
директор института креативных
индустрий и предпринимательства

Утверждена на заседании кафедры экономики и
управления института креативных индустрий и
предпринимательства
(протокол №8 от 15.03.2022 г.)

Зав. кафедрой


подпись

Беспалова С.В.
Ф.И.О.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) - формирование теоретических знаний у обучающихся об основах маркетинга как научного направления, а также формирование практических навыков реализации маркетинговых технологий в сфере профессиональной деятельности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4)

Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности (ОПК-5)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4)	<p>ОПК-4.1 Проявляет интерес к практико-ориентированным исследованиям туристского рынка</p> <p>ОПК-4.2 Обладает знаниями о технологиях исследования туристского рынка</p> <p>ОПК-4.3 Демонстрирует знания о свойствах туристского продукта и запросах целевых групп для продвижения туристского продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • понятие и современные тенденции в развитии маркетинга; • систему маркетинга и его элементы; • основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации; • основы поведения потребителей; • сущность управления маркетинговой деятельностью. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить исследование рынка и осуществлять продвижение товаров и услуг; • анализировать поведение потребителей; • формировать спрос на продукцию организации; • разрабатывать и внедрять в практике конкретной организации инновационные проекты по реализации и продвижению товаров и услуг. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих решений; • навыками разработки стратегии развития организации; • навыками практического использования приобретенных знаний основ маркетинга в условиях будущей профессиональной деятельности в разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий.
Способен принимать экономически обоснованные	ОПК-5.1 Проектирует решения в профессиональной сфере с учетом задач эффективного	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • понятие и современные тенденции в развитии маркетинга; • систему маркетинга и его элементы;

<p>решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности (ОПК-5)</p>	<p>предпринимательства и рациональной организации производства туристских услуг</p> <p>ОПК-5.2 В проектировании туристских услуг и деятельности предприятия использует расчетные методы экономического характера</p> <p>ОПК-5.3 Оценивает стоимость человеческих ресурсов в составе туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> • основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации; • основы поведения потребителей; • сущность управления маркетинговой деятельностью. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить исследование рынка и осуществлять продвижение товаров и услуг; • анализировать поведение потребителей; • формировать спрос на продукцию организации; • разрабатывать и внедрять в практике конкретной организации инновационные проекты по реализации и продвижению товаров и услуг. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих решений; • навыками разработки стратегии развития организации; • навыками практического использования приобретенных знаний основ маркетинга в условиях будущей профессиональной деятельности в разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий.
--	--	--

3. УКАЗАНИЕ МЕСТА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Дисциплина (модуль) «Маркетинг в туристской индустрии» относится к обязательной части программы.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 часов (из расчета 1 ЗЕ= 36 часов).

Курс	Семестр	Трудоемкость в ЗЕ	Общая трудоемкость (час)	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них в интерактивной форме	Кол-во часов на СРС		Кол-во часов на контроль	Форма контроля
				ЛК	ПР	ЛБ			Общее количество часов на СРС	Из них – на курсовую работу		
3	6	3	108	16	24	-	40	8	68	-	-	зачет
Итого		3	108	16	24	-	40	8	68	-	-	зачет

Интерактивная форма реализуется в виде дискуссий по тематикам дисциплины.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Контактная работа (час.)			Всего контактных часов	Из них:		Кол-во часов на СРС	Кол-во часов на контроль
		ЛК	ПР	ЛБ		В интерактивной форме	В форме практической подготовки		
1	<i>Введение в маркетинг</i>	2	6		8	2	–	20	–
2	<i>Разработка комплекса маркетинга организации в туристской индустрии</i>	8	14		22	4	–	28	–
3	<i>Управление маркетинговой деятельностью организации сфере туризма</i>	4	4		8	2	–	20	–
	Зачет				–	–	–		–
	ИТОГО	16	24		40	8	–	68	–

Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Введение в маркетинг.

Темы: Понятие маркетинга, цели и основные направления маркетинговой деятельности. Субъекты и объекты маркетинговой деятельности. Исторические концепции маркетинга. Основные понятия маркетинга. Услуга как товар. Услуги как объект маркетинга. Особенности маркетинга услуг. Особенности туристских услуг, их виды, специфика. Маркетинговая среда организации.

Раздел 2. Разработка комплекса маркетинга организации в туристской индустрии

Темы: Понятие и структура комплекса маркетинга. Товар: понятие, классификации, жизненный цикл, торговая марка. Проектирование товаров и услуг. Сегментация рынка, выбор целевого сегмента и позиционирование товара на рынке. Ценообразование: понятие, методы, процесс. Маркетинговые коммуникации. Ценообразование на товары и услуги.

Раздел 3. Управление маркетинговой деятельностью организации сфере туризма

Темы: Планирование маркетинговых мероприятий. Организация службы маркетинга. Мотивация персонала. Контроль мероприятий в сфере маркетинга.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература:

1. Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 218 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991>

2. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 550 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283>

Дополнительная литература:

3. Экономика и управление социальной сферой : учебник / Е.Н. Жильцов, Е.В. Егоров, Т.В. Науменко и др. ; под ред. Е.Н. Жильцова, Е.В. Егорова ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Экономический факультет и др. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 496 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02423-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495762>

4. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. : табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В образовательном процессе используются:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, ПК, оборудование для демонстрации презентаций, наглядные пособия;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МАГУ.

7.1 ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ:

Лицензионное программное обеспечение отечественного производства

Kaspersky Anti-Virus

Лицензионное программное обеспечение зарубежного производства

MS Office

Windows 7 Professional

Windows 10

Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства

7Zip

Свободно распространяемое программное обеспечение зарубежного производства

Adobe Reader

FlashPlayer

Google Chrome

Mozilla FireFox

Notepad++

Skype

7.2 ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ:

ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;

ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>;

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.

7.3 СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

1. Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX

2. Электронная база данных Scopus
3. Базы данных компании CLARIVATE ANALYTICS

7.4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. Справочно-правовая информационная система Консультант Плюс
<http://www.consultant.ru/>
2. ООО «Современные медиа технологии в образовании и культуре».
<http://www.informio.ru/>

8. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ НА УСМОТРЕНИЕ ВЕДУЩЕЙ КАФЕДРЫ

Не предусмотрено.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, с учетом специфики освоения и дидактических требований, исходя из индивидуальных возможностей и по личному заявлению обучающегося.