

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.	Кафедра	Экономики и управления
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм
3.	Направленность (профиль)	Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности
4.	Дисциплина (модуль)	Маркетинг в туристской индустрии
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

1 Методические рекомендации

1.1 Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных занятий

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации для практического занятия и указания для выполнения самостоятельной работы.

В ходе лекционных занятий обучающемуся необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

Практические занятия посвящены изучению наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающегося по изучаемой дисциплине.

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

1.3. Методические рекомендации по подготовке презентаций

Алгоритм создания презентации:

1 этап – определение цели презентации

2 этап – подробное раскрытие информации,

3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;

- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;

- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Требования к оформлению и представлению презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.

2. Тщательно структурированная информация.

3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.

4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.

5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.

6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.

7. Графика должна органично дополнять текст.

8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

1.4. Методические рекомендации по подготовке доклада

Алгоритм создания доклада:

1 этап – определение темы доклада

2 этап – определение цели доклада

3 этап – подробное раскрытие информации

4 этап – формулирование основных тезисов и выводов.

1.5. Методические рекомендации по составлению глоссария

1. Внимательно прочитайте и ознакомьтесь с текстом. Вы встретите в нем много различных терминов, которые имеются по данной теме.

2. После того, как вы определили наиболее часто встречающиеся термины, вы должны составить из них список. Слова в этом списке должны быть расположены в строго алфавитном порядке, так как глоссарий представляет собой не что иное, как словарь специализированных терминов.

3. После этого начинается работа по составлению статей глоссария. Статья глоссария - это определение термина. Она состоит из двух частей: 1. точная формулировка термина в именительном падеже; 2. содержательная часть, объемно раскрывающая смысл данного термина.

При составлении глоссария важно придерживаться следующих правил:

- стремитесь к максимальной точности и достоверности информации;
- старайтесь указывать корректные научные термины и избегать всякого рода жаргонизмов. В случае употребления такового, давайте ему краткое и понятное пояснение;
- излагая несколько точек зрения в статье по поводу спорного вопроса, не принимайте ни одну из указанных позиций. Глоссарий - это всего лишь констатация имеющихся фактов;
- также не забывайте приводить в пример контекст, в котором может употребляться данный термин;
- при желании в глоссарий можно включить не только отдельные слова и термины, но и целые фразы.

Глоссарий составляется по темам.

Основные понятия для глоссария: услуга, социально-культурная услуга, маркетинг, маркетинг услуг, сегментирование, сегмент, признаки сегментирования, товар, цена, ценообразование, методы ценообразования, маркетинговые коммуникации, продвижение, реклама, ПР-технологии, стимулирование спроса.

Перечень понятий может быть дополнен и расширен.

1.6. Проведение занятий в интерактивной форме

Интерактивное обучение представляет собой способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся, т.е. все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, совместно решают поставленные проблемы, моделируют ситуации, обмениваются информацией, оценивают действие коллег и свое собственное поведение, погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем.

По дисциплине «Маркетинг в туристской индустрии» предусмотрены в качестве интерактивной формы обучения – проведение дискуссий. Дискуссия — это метод, обеспечивающий активное вовлечение обучающихся в обмен информацией, мнениями, идеями и соображениями о способах разрешения какой-либо проблемы или по какому-либо вопросу.

1.7. Методические рекомендации по подготовке к устному ответу на практическом занятии

Практические занятия преследуют цель закрепления лекционного материала, более глубокого изучения отдельных тем, развития практических навыков работы с литературой. Устный ответ используется для контроля усвоения пройденной темы.

Для подготовки к устному ответу обучающиеся должны ориентироваться на вопросы, которые изложены в плане занятия. При этом наряду с лекционным материалом рекомендуется использовать дополнительную литературу и информацию Интернет-ресурсов соответствующей тематики.

Ответ обучающегося должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При этом учитывается правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

1.8. Методические рекомендации по решению теста

Тестовая система предусматривает вопросы/задания, на которые обучающийся должен дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность.

При отсутствии какого-либо одного ответа на вопрос, предусматривающий множественный выбор, весь ответ считается неправильным.

Ответы правильные выделяются в тесте подчеркиванием или любым другим допустимым символом.

1.9. Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета

Зачет является формой итогового контроля знаний и умений по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы.

При подготовке к зачету целесообразно использовать материалы лекций, основную и дополнительную литературу.

На зачет выносятся материалы в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Зачет проводится в устной форме.

Ведущий данную дисциплину преподаватель составляет билеты, которые утверждаются на заседании кафедры и включают в себя два вопроса. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения обучающихся накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

В аудитории, где проводится зачет, должно одновременно находиться не более шести обучающихся на одного преподавателя, принимающего зачет.

На подготовку к ответу на билет на зачете отводится 20 минут.

Результат зачета выражается оценками «зачтено», «не зачтено».

Для прохождения зачета необходимо иметь при себе зачетную книжку и письменные принадлежности.

За нарушение дисциплины и порядка обучающиеся могут быть удалены с зачета.

II. Планы практических занятий

Раздел 1. Введение в маркетинг.

Занятие 1. Введение в маркетинг (2 часа)

План:

1. Определение и сущность понятия «маркетинг».
2. Маркетинг в условиях рынка.
3. Маркетинг как хозяйственная и управленческая функция.
4. Основные виды маркетинга и сферы их применения.
5. Маркетинговая деятельность в России.
6. Основные концепции маркетинга.
7. Выступления с докладом.
8. Дискуссия «Маркетинг в сфере туризма: возможности и перспективы»

Литература: [1 с. 6-30].

Вопросы для самоконтроля:

1. Охарактеризуйте маркетинг как направление деятельности.
2. Опишите основные этапы развития маркетинга.
3. Опишите основные направления маркетинговой деятельности.

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.

Подготовить презентации.

Занятия 2. Услуги как объект маркетинга (2 часа)

План:

1. Характеристика услуги как товара.
2. Классификация услуг.
3. Социально-культурные услуги, виды, особенности.
4. Маркетинг услуг.
5. Специфика маркетинга в сфере туризма.
6. Характеристика российского маркетинга в сфере туризма.
7. Зарубежный опыт в реализации маркетинга в сфере туризма.
8. Выступления с докладом.

Литература: [4 с. 1-80].

Вопросы для самоконтроля:

1. Охарактеризуйте услуги как объект маркетинга.
2. Опишите основные особенности услуг.
3. Определите перспективные направления маркетинговой деятельности организаций в сфере туризма.

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.

Подготовить презентации.

Занятие 3. Маркетинговая среда организации (2 часа)

План:

1. Понятие маркетинговой среды организации.
2. Макросреда организации
3. Микросреда организации
4. Контактные аудитории
5. Методы анализа маркетинговой среды организации
6. Выступления с докладом.

Литература: [2 с. 55-68].

Вопросы для самоконтроля:

1. Охарактеризуйте маркетинговую среду организации.
2. Опишите основные факторы макро- и микросреды.
3. Назовите основные подходы к анализу среды организации.

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.
Подготовить презентации.

*Раздел 2. Разработка комплекса маркетинга организации в туристской индустрии.***Занятие 4. Проектирование товаров и услуг (2 часа)****План:**

1. Разработка услуги.
2. Этапы разработки сервис продукта.
3. Внедрение услуги на рынок.
4. Управление ассортиментной политикой организации.
5. Торговая марка: понятие, структура, функции
6. Франчайзинг, возможности франчайзинга в туризме
7. Жизненный цикл товара.
8. Управление конкурентоспособностью товара.
9. Выступления с докладом.

Литература: [1 с. 31-42].**Вопросы для самоконтроля:**

1. Определите особенности проектирования услуг.
2. Опишите особенности выведения услуги на рынок.

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.
Подготовить презентации.

Занятия 5-6. Сегментация рынка, выбор целевого сегмента и позиционирование товара на рынке (4 часа)**План:**

1. Понятие рыночной сегментации и ее цели
2. Критерии и признаки сегментации
3. Сегментирование рынка туристских услуг
4. Выбор целевого рынка и стратегии охвата рынка
5. Выбор целевого рынка организации
6. Позиционирование товара на рынке сегмента
7. Позиционирование туристских услуг.
8. Выступления с докладом.
9. Дискуссия «Перспективы сегментирования рынка услуг в туризме»

Литература: [2 с. 184-227].**Вопросы для самоконтроля**

1. Определите особенности сегментирования услуг.
2. Опишите особенности позиционирования туристских услуг.

Задание для самостоятельной работы

Составить глоссарий по теме.
Подготовить презентации.

Занятия 7-8. Ценообразование на товары и услуги (4 часа)**План:**

1. Цена и ценообразование в условиях рыночной экономики.
2. Цели ценообразования.
3. Процесс ценообразования
4. Методы ценообразования
5. Конкуренция и ценообразование
6. Установление цены на новые виды услуг

7. Выступления с докладом.
8. Дискуссия «Сколько стоит турпродукт?»

Литература: [2 с. 351-383].

Вопросы для самоконтроля:

1. Определите особенности ценообразования на туруслуги.
2. Опишите процесс ценообразования на новый продукт

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.

Подготовить презентации.

Тест.

Занятия 9-10. Маркетинговые коммуникации (4 часа)

План:

1. Понятие маркетинговых коммуникаций
2. Маркетинговые коммуникации и продвижение
3. Сущность и цели рекламы.
4. Виды рекламы и каналов распространения рекламы.
5. Сущность, содержание и мероприятия ПР.
6. Сравнительная характеристика ПР и рекламы.
7. Этапы подготовки и проведения ПР мероприятия.
8. Регулирование рекламной деятельности
9. Стимулирование как метод продвижения.
10. Основные этапы осуществления рекламной деятельности.
11. Планирование и разработка рекламного бюджета.
9. Каналы распространения рекламы.
10. Выступления с докладом.

Литература: [2 с. 429-499].

Вопросы для самоконтроля:

1. Определите особенности коммуникаций в оказании услуг.
2. Опишите особенности рекламы и ПР-технологий

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.

Подготовить презентации.

Тест.

Раздел 3. Управление маркетинговой деятельностью организации в сфере туризма.

Занятия 11-12. Управление маркетинговой деятельностью организации (4 часа)

План:

1. Сущность, содержание и направления маркетинговых исследований.
2. Методы и этапы проведения маркетинговых исследований.
3. Основные направления маркетинговых исследований.
4. Оценка конъюнктуры рынка.
5. Определение емкости рынка.
6. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности организаций сервис индустрии.
7. Организация маркетинговой деятельности в сервис индустрии.
11. Понятие и виды контроля результативности маркетинговой деятельности.
12. Выступления с докладом.
13. Дискуссия «Организация службы маркетинга: подходы и структуры»

Литература: [2 с. 69-134].

Вопросы для самоконтроля:

1. Определите особенности реализации управленческих функций в оказании услуг.
2. Опишите особенности маркетинговых исследований в сфере туризма.

Задание для самостоятельной работы:

Составить глоссарий по теме.

Подготовить презентации.