

Компонент ОПОП	43.03.02 Туризм (профиль) /специализация Организация услуг в
	индустрии туризма,
	наименование ОПОП
	Б1 О.19
	шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля)	Б1.О.19 Маркетинг в туристской индустрии
---------------------	--

Разработчик:	
Гафуров А. Р.	
ФИО	
доцент	
должность	
К.Э.Н.	
ученая степень, звание	

Утверждено на заседании кафедры	
Экономики и управления	
наименование кафедры	
протокол №	6
от	19.02.2026
заведующий кафедрой	ЭиУ
подпись	Щебарова Н. Н.
	ФИО

Пояснительная записка

Объем дисциплины 3 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1. Проявляет интерес к практико-ориентированным исследованиям туристского рынка. ОПК-4.2. Обладает знаниями о технологиях исследования туристского рынка. ОПК-4.3. Демонстрирует знания о свойствах туристского продукта и запросах целевых групп для продвижения туристского продукта.	Знать: - основные понятия, категории маркетинга; - сущность процесса организации маркетинга; - типы организационных структур управления; - основные методы оценки текущего состояния бизнеса и перспектив его развития; - основные особенности разработки планов маркетинга Уметь: - использовать инструментарий предпланового маркетингового анализа; — использовать инструменты оценки бизнеса; — использовать инструменты планирования маркетинга Владеть: - навыками решения практических задач
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1. Проектирует решения в профессиональной сфере с учетом задач эффективного предпринимательства и рациональной организации производства туристских услуг. ОПК-5.2. В проектировании туристских услуг и деятельности предприятия использует расчетные методы экономического характера. ОПК-5.3. Оценивает стоимость человеческих ресурсов в составе туристского продукта.	

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Маркетинг как концепция рыночного управления

Определение понятия «маркетинг». Традиционный и новый маркетинг. Маркетинг в современных условиях и направления его совершенствования. Антикризисный маркетинг.

Тема 2. Сущность и специфика маркетинга в сфере туризма

Особенности туристического продукта. Особенности рынка туристических услуг. Формирование контакта с клиентами. Развитие туристических услуг. Контроль реализации туристических услуг. Уровни маркетинга в туризме. Принципы и концепции маркетинга в туризме. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности туристских предприятий.

Тема 3. Анализ туристического рынка

Методы и инструменты анализа туристического рынка. Ключевые показатели анализа туристического рынка. Исследование потребительского спроса и поведения туристов: современные тенденции и изменения стереотипов. Анализ конкурентов в туристской

индустрии: выявление сильных и слабых сторон. Маркетинговые исследования в туризме: сбор и обработка данных о спросе, предпочтениях и удовлетворённости клиентов.

Тема 4. Разработка турпродукта

Разработка и формирование туристического продукта: учёт потребностей клиентов. Компоненты турпродукта: туры, экскурсионные услуги, товары и предметы потребления для туристов. Ценообразование в туризме: стратегии и методы установления цен. Диверсификация туристического продукта в межсезонье: подходы и инструменты. Управление качеством туристических услуг как элемент маркетинга.

Тема 5. Продвижение туристических услуг

Продвижение туристических услуг: традиционные и цифровые каналы. Реклама в туризме: виды, формы, эффективность. Маркетинг в социальных сетях для туристических компаний: стратегии и кейсы. Контент-маркетинг в туризме: создание и распространение полезного контента. Поисковый маркетинг (SEO и контекстная реклама) для туристических сайтов. Email-маркетинг и программы лояльности в туристской индустрии. Событийный и выставочный маркетинг в туризме. Партнёрский маркетинг и сотрудничество с инфлюэнсерами в туристической сфере. PR и связи с общественностью для продвижения туристических направлений.

Тема 6. Цифровой маркетинг в туристской индустрии

Цифровой маркетинг в туризме: тренды и перспективы. Использование дополненной и виртуальной реальности для продвижения туристических продуктов. Мобильные приложения и чат-боты в маркетинге туристических услуг. Big Data и аналитика в маркетинге туризма: персонализация предложений. Онлайн-платформы и агрегаторы туристических услуг: роль и влияние на маркетинг.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в ЭИОС МАУ;
- методические материалы по самостоятельной работе.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, представлен на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным». ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Николаева, М. А. Маркетинг: учебник и практикум / М. А. Николаева, С. А. Калугина. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 364 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720380> (дата обращения:

18.02.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06153-0. – Текст : электронный.

2. Маркетинг : учебник / А. В. Бугаев, А. О. Васильев, Е. И. Кузнецова [и др.] ; под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2023. – 184 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652> (дата обращения: 18.02.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03770-7. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

3. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 258 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979> (дата обращения: 18.02.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05116-6. – Текст : электронный.

4. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 438 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710166> (дата обращения: 18.02.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05522-5. – Текст : электронный.

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации – URL: <http://pravo.gov.ru>

2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru>

3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс – URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional

2. Офисный пакет Microsoft Office 2010

3. Операционная система Microsoft Windows XP Professional

4. Офисный пакет Microsoft Office 2007

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 – Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения							
	Очная				Очно-заочная			
	Семестр			Всего часов	Семестр			Всего часов
	6							
Лекции	16			16				
Практические занятия	24			24				
Лабораторные работы	–			–				
Самостоятельная работа	68			68				
Подготовка к промежуточной аттестации	–			–				
Зачет	–			–				
Всего часов по дисциплине	108			108				
/ из них в форме практической подготовки								

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	–			–				
Зачет	+			+				
Курсовая работа (проект)	–			–				
Количество расчетно-графических работ	–			–				
Количество контрольных работ	–			–				
Количество рефератов	–			–				
Количество эссе	–			–				

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
	Очная форма
1.	Предплановые маркетинговые исследования в сфере туризма
2.	Оценка текущего состояния туристического бизнеса и перспектив его развития
3.	Планирование маркетинга туристического продукта