

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственной университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Специальность: 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Квалификация выпускника: специалист по туризму и гостеприимству

Кострома
2023

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые технологии в туризме» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство», утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12 декабря 2022 г. N 1100.

Разработал: Васильева М.А., ст. преподаватель

Рецензенты: Пухачёва Л.Л., директор ООО Туркомпания «Водолей»

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., заведующий кафедрой МКиТ, к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 30.03.2023г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Изучить теоретические аспекты и сформировать практический опыт организации маркетинговых технологий в туризме. Формирование представлений у студента об основных понятиях маркетинга, сущности маркетинга, особенностях применения маркетинга в сфере туризме, в деятельности туристского предприятия.

Задачи дисциплины:

- изучение основных концепций и подходов теории и практики маркетинга;
- изучение маркетинговой информации и маркетинговой среды туристского предприятия;
- анализ деятельности конкурентов на международном и внутреннем туристских рынках;
- изучение особенностей системы маркетинговых коммуникаций применительно к туристской отрасли;
- изучение особенностей разработки и развития фирменного стиля туристского предприятия, процесса участия в туристских выставках и ярмарках.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить компетенции: ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.

Код и содержание компетенции:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Знать:

- функции, задачи и основные направления маркетинга в туризме;
- основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований для задач предприятий сферы туризма;
- основные маркетинговые стратегии в сфере туризма;
- специфику деятельности конкурентов туристского рынка;
- особенности ценовой политики туристского предприятия;
- маркетинговые технологии продаж и продвижения туристского продукта в сфере туризма.

Уметь:

- проводить маркетинговые исследования в сфере туристского рынка;
- разрабатывать туристские продукты как компонента продуктовой политики для задач внутреннего, въездного и выездного туризма;
- использовать маркетинговые технологии продаж туристского продукта для задач туризма;
- проводить маркетинговый анализ конкурентной среды в сфере туризма;

- разрабатывать программы продвижения на рынок туристских продуктов (рекламные продукты, программы стимулирования продаж, PR –акции).

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к профессиональному циклу «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» части учебного плана. Изучается в 5 и 6 семестрах обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Учебная практика.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Предоставление туроператорских услуг, Предоставление турагентских услуг

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в часах	75
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	
Лекции	20
Практические занятия	20
Лабораторные занятия	
Практическая подготовка	
Самостоятельная работа в часах	25
Форма промежуточной аттестации	Зачет + зачет с оценкой

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	20
Практические занятия	20
Лабораторные занятия	
Консультации	
Зачет/зачеты	
Экзамен/экзамены	
Курсовые работы	
Курсовые проекты	10
Практическая подготовка	
Всего	50

5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Концепция маркетинга в туризме		2	2	-	1

2	Содержание и направленность маркетинговых исследований туристского рынка и туристского предприятия		2	2	-	1
3	Потребители и сегментация туристского рынка		4	4	-	1
4	Маркетинговая продуктовая политика туристского предприятия		2	2	-	1
5	Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия		2	2	-	1
6	Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия		2	2	-	1
7	Маркетинговая коммуникационная политика туристского предприятия		2	2	-	1
8	Анализ деятельности конкурентов на туристском рынке		4	4	-	1
	Подготовка к зачету					2
	Итого:		20	20		10

5.2. Содержание:

Тема 1. Концепция маркетинга в туризме. Развитие теории и практики маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме. Технологии реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.

Тема 2. Содержание и направленность маркетинговых исследований туристского рынка и туристского предприятия. Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований в сфере туризма. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формы организации и направления маркетинговых исследований.

Тема 3. Потребители и сегментация туристского рынка. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка. Признаки сегментации и выбор целевого рынка. Критерии сегментации потребителей туристского продукта. Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг.

Тема 4. Маркетинговая продуктовая политика туристского предприятия.

Формирование продуктовой стратегии. Оптимизация структуры разрабатываемых и предлагаемых туристских продуктов. Основные этапы разработки продукта-новинки. Внедрение на рынок нового туристского продукта.

Тема 5. Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия

Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Внешние и внутренние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Выбор методов и определение стратегии ценообразования.

Тема 6. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия

Место и роль сбыта в формировании сбытовой стратегии. Задачи сбытовой политики туристского предприятия. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников, форма работы с ними.

Тема 7. Маркетинговая коммуникативная политика туристского предприятия

Роль коммуникаций в маркетинговой деятельности. Сущность маркетинговых коммуникаций. Элементы комплекса коммуникаций. Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникаций. Выбор структуры и комплекса коммуникаций.

Тема 8. Анализ деятельности конкурентов на туристском рынке

Цели и задачи оценки конкурентной среды туристского рынка. Элементы анализа конкурентов. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия по показателю доли рынка. Формирование конкурентной карты рынка.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Форма контроля
1.	Концепция маркетинга в туризме	Подготовиться к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
2.	Содержание и направленность маркетинговых исследований туристского рынка и туристского предприятия	Подготовиться к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
3.	Потребители и сегментация туристского рынка	Подготовиться к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
4.	Маркетинговая продуктовая политика туристского предприятия	Подготовиться к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
5.	Маркетинговая ценовая стратегия туристского		1	Опрос, доклад, презентация

	предприятия			
6.	Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия	Подготовить ся к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
7.	Маркетинговая коммуникационная политика туристского предприятия	Подготовить ся к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
8.	Анализ деятельности конкурентов на туристском рынке	Подготовить ся к практическому занятию	1	Опрос, доклад, презентация
	Подготовка к зачету		2	Тестирование

6.2. Тематика и задания для практических занятий

№ п/п	Название практической работы
1	Специфика маркетинга услуг; Особенности маркетинга в туризме; Внешняя и внутренняя маркетинговая среда.
2	Характеристика различных методов полевого и кабинетного маркетингового исследования. Содержание маркетинговой деятельности туристского предприятия.
3	Сегментация туристского рынка.
4	Маркетинговые возможности туристского предприятия. Характеристика комплексного изучения туристского рынка и туристского предприятия. Маркетинговые решения при разработке туристского продукта.
5	Методы и стратегии маркетинговой ценовой политики туристского предприятия.
6	Анализ деятельности конкурентов на рынке туристских услуг. Маркетинговая среда и ее влияние на развитие рынка туристских услуг.
7	Сбытовая и коммуникативная политика туристского предприятия. Факторы формирования микро- и макросреды маркетинга туристского предприятия.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ

1. Профессиональные выставки как элемент продвижения туристской организации на рынке.
2. Совершенствование рекламной деятельности туроператора в современных условиях (на конкретном примере)
3. Разработка программ обслуживания корпоративных клиентов с использованием элементов анимации в современных условиях (на конкретном примере)
4. Формирование имиджа предприятия средствами PR- технологий и рекламы (на примере турфирмы).

5. Разработка рекламных материалов с целью продвижения туристского агентства (на примере турагентства «xxx»).
6. Туристский сувенир как средство формирования устойчивого имиджа туристской дестинации (на примере дестинации).
7. Роль всероссийских туристских конкурсов (премий) в развитии туризма Российской Федерации.
8. Разработка брэнда для турфирмы.
9. Формирование имиджа турфирмы.
10. Увеличение сбыта туристских услуг на основе франчайзинга.
11. Совершенствование организации технологических процессов в туристском предприятии.
12. Разработка маркетинговой стратегии туристского предприятия.
13. Формирование лояльности потребителей туристского предприятия.
14. Разработка рекламной кампании туристского предприятия.
15. Разработка системы «паблик рилейшинз» предприятия.
16. Разработка рекомендаций по изучению мотивации и потребительского поведения на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия).
17. Разработка рекомендаций по применению клиентоориентированного подхода на предприятиях туризма (на примере конкретного предприятия).
18. Разработка рекомендаций по организации выставок (выставочной деятельности) туристского предприятия.
19. Разработка рекомендаций по продвижению туристских продуктов посредством коммуникаций в форумах и социальных блогах.
20. Технологии маркетинга формирования (создания) и реализации продаж туристских и рекреационных услуг.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная:

1. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 303 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-238- 02813-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>
2. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учебное пособие / Т.Л. Дашкова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 72 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02000-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>
3. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. : табл., схемы - ISBN 978-5-238-01519-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>
4. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-010337-2, 300 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840>
5. Бутко, И. И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А.

Ситников ; [под ред. И. И. Бутко]. - М. : Дашков и К" : Наука-Спектр, 2010. - 416 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00.

6. Дурович, Александр Петрович. Маркетинг в туризме : [учеб. пособие] / Дурович, Александр Петрович. - Минск : Новое знание, 2007. - 496 с. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-985-475-286-0 : 377.00.

б) дополнительная:

1. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮнитиДана, 2015. - 1071 с. : табл., граф., ил, схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01263-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

2. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009967-5 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256>

3. Яковлев, П.П. Маркетинг в сфере туризма / П.П. Яковлев. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 78 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87314>

4. Мазилкина, Елена Ивановна. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. / Мазилкина Елена Ивановна. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2015. - 300 с. - ОПД(БЗ). - ISBN 978-5-394-01285-3 : 230.00.

5. Сарафанова, Елена Витальевна. Маркетинг в туризме : учеб. пособие для сред.-проф. образов. по спец. "Туризм" / Сарафанова Елена Витальевна, А. В. Яцук. - Москва : Альфа-М; ИНФРА-М, 2011. - 240 с. - (ПРОФИЛЬ). - МО РФ. - СД; ДН. - обязат. - ISBN 978-5-98281-124-0; 978-5-16-003141-5 : 175.00.

6. Бутко, И. И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; [под ред. И. И. Бутко]. - М. : Дашков и К" : Наука-Спектр, 2009. - 416 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00.

7. Волков, Юрий Федорович. Гостиничный и туристский бизнес : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] : допущено УМО / Волков, Юрий Федорович. - Изд. 2-е. - Ростов-наДону : Феникс, 2009. - 637 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 632-635. - ISBN 978-5-222-15007-8 : 379.00.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Информация о курсе дисциплины в СДО:

Элемент «Лекции» *(при наличии)*;

Элемент «Практические занятия», «Лабораторные занятия», «Курсовое проектирование», пр. *(при наличии)*;

Элемент «Самостоятельная работа»;

Элемент «Список рекомендуемой литературы»;

Элемент «Промежуточная аттестация»;

Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>

2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория для лекционных и практических занятий. Число посадочных мест по количеству студентов, рабочее место преподавателя. Доска меловая. Мультимедиа-проектор и экран.