

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые технологии в сфере туризма

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность

Современные технологии и организация экскурсионных услуг

Кострома 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным приказом от 8 июня 2017 г. №516 по направлению подготовки 43.03.02, Туризм. Уровень высшего образования бакалавриат.

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 43.03.02, Туризм – *современные технологии и организация экскурсионных услуг*. Год начала подготовки - 2020.

Разработал:  Данилина М.В., доцент кафедры медиакоммуникаций и туризма к.пс.н., доцент

Рецензент:  Шаргина А.А., директор ТА «Быстрый старт»

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № 8 от 30.04.2020г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

 Белякова Е.Н., канд.филол.наук, доцент
подпись

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Освоить технологии проведения маркетингового исследования туристского рынка, технологии организации продажи и продвижения туристского продукта.

Задачи дисциплины:

- овладеть основами проведения маркетингового исследования туристского рынка;
- изучить и уметь применять на практике технологии продажи туристского продукта;
- изучить и уметь применять на практике технологии продвижения туристского продукта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенцию: ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.

Код и содержание индикаторов компетенции:

ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.

ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Знать: основы маркетингового комплекса, специфику и субъектов туристского рынка, сущность проведения маркетингового исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта.

Уметь: проводить маркетинговое исследования туристского рынка, организовывать процесс продажи и продвижения туристского продукта.

Владеть: технологиями, методиками проведения маркетингового исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана - Б1.Б.19. Изучается на 1 и 2 курсах. Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин: «Мировой рынок туристских услуг», «Реклама и связь с общественностью в туризме», «Технологии продаж».

4. Объем дисциплины

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

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах			4
Общая трудоемкость в часах			144
Аудиторные занятия в часах, в том числе:			16
Лекции			8
Практические занятия			8

Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах			92
Форма промежуточной аттестации			36 (экзамен)

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции			8
Практические занятия			8
Лабораторные занятия			
Консультации			2
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены			0,35
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
Всего			18,35

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.	
		4/144	8	8	-	92
1.	Концепция маркетинга в туризме	27	2	2		23
2.	Маркетинговые исследования туристского рынка	27	2	2		23
3.	Анализ деятельности потребителей и конкурентов на туристском рынке	27	2	2		23
4.	Стратегический маркетинг в сфере туризма	27	2	2		23
	Итого:	144 (36 экзамен)	8	8		92

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.

Раздел 2. Маркетинговые исследования туристского рынка

Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований в сфере туризма. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формы организации и направления маркетинговых исследований.

Раздел 3. Анализ деятельности потребителей и конкурентов на туристском рынке

Критерии сегментации потребителей туристского продукта. Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг. Цели и задачи оценки конкурентной среды туристского рынка. Элементы анализа конкурентов. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия по показателю доли рынка. Формирование конкурентной карты рынка.

Раздел 4. Стратегический маркетинг в сфере туризма

Сущность стратегического маркетинга в сфере туризма. Формирование продуктовой стратегии. Выбор методов и определение стратегии ценообразования. Место и роль сбыта в формировании сбытовой стратегии. Задачи сбытовой политики туристского предприятия. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников, форма работы с ними.

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

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	Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.	23	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
2.	Маркетинговые исследования туристского рынка	Формы организации и направления маркетинговых исследований. Методики проведения маркетинговых	23	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.

		исследований туристского рынка.		
3.	Анализ деятельности потребителей и конкурентов на туристском рынке	Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия по показателю доли рынка.	23	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
4.	Стратегический маркетинг в сфере туризма	Разработка маркетинговых стратегий, в том числе сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	23	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
5.	Экзамен	Изучение вопросов к экзамену	36	Экзамен
			92 (36)	

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Специфика маркетинга услуг.
2. Особенности маркетинга в туризме.
3. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда.
4. Характеристика различных методов полевого и кабинетного маркетингового исследования.
5. Содержание маркетинговой деятельности туристского предприятия.
6. Маркетинговые возможности туристского предприятия.
7. Характеристика комплексного изучения туристского рынка и туристского предприятия.
8. Маркетинговые решения при разработке туристского продукта.
9. Методы и стратегии маркетинговой ценовой политики туристского предприятия.
10. Выставочная деятельность и ее роль в продвижении туристских услуг.
11. Сегментация туристского рынка.
12. Сбытовая и коммуникативная политика туристского предприятия.
13. Факторы формирования микро- и макросреды маркетинга туристского предприятия.
14. Маркетинговая среда и ее влияние на развитие рынка туристских услуг.

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

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.: 60x90 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 24 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00.

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> 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>
2. 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>
3. Мазилкина Е. И. 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
4. Сарафанова Е. В. 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. 5
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, 2009. - 416 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00. 1

6. Волков Ю. Ф. 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.
7. Дурович А. П. 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. 25

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

Информационно-образовательные ресурсы:

1. <http://marketopedia.ru/tags/%D6/> - Маркетопедия.
2. <http://www.bma.ru/> -Библиотека маркетинга.
3. <http://www.marketing.spb.ru/>-Энциклопедия маркетинга.
4. <http://www.ram.ru> Российская ассоциация маркетинга.
5. On-line www.marketolog.ru – Маркетолог.

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебный корпус «В 1.», ауд. №34 (аудитория для лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	Число посадочных мест - 46. Доска меловая. Имеется мультимедиа-проектор и экран.	-