

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о государственном аккредитованном негосударственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 07.05.2024 15:55:26

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

25.12.2023

Б1.В.ДЭ.13.02

Маркетинг турпродукта

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Кафедра государственного и корпоративного управления
Учебный план	43.03.02 Туризм
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная
Программу составил(и):	кфн, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя		16 1/6	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32,2	32,2	32,2	32,2
Сам. работа	39,8	39,8	39,8	39,8
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является формирование компетенций обучающихся в области управления маркетингом. Дисциплина предполагает передачу комплекса знаний по овладению приёмами и методами современного маркетинга для обеспечения эффективной деятельности предприятия на внутреннем и внешнем рынках, использованию комплекса маркетинга для достижения коммерческого успеха предприятия.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДЭ.13
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Менеджмент
2.1.2	Методы прогнозирования рынка недвижимости
2.1.3	Брендинг в сфере туризма
2.1.4	Логистика в туризме
2.1.5	Маркетинг в туризме
2.1.6	Сервисная деятельность
2.1.7	Деловые коммуникации и культура речи
2.1.8	Мультимедиа технологии в туристской индустрии
2.1.9	Менеджмент в туризме
2.1.10	Рекреационная география
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бизнес-планирование в организации
2.2.2	Управление бизнес-процессами
2.2.3	Управление бизнес-средой
2.2.4	
2.2.5	Охрана и развитие территорий
2.2.6	Территориальное планирование и прогнозирование
2.2.7	Производственная практика: проектно-технологическая
2.2.8	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.10	Туристско-рекреационное проектирование
2.2.11	Культура туристского обслуживания
2.2.12	Информационное обеспечение туристической деятельности
2.2.13	Ценообразование в туризме
2.2.14	Цифровые сервисы в индустрии туризма
2.2.15	Технологии организации спортивного и самостоятельного туризма
2.2.16	Маркетинг в туризме

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПК-7: Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-7.1: Знает туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста

Знать:

концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;

методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.

концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и

позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь:
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении; осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
Владеть:
навыками разработки маркетинговых программ;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований; методами сегментации и позиционирования
ПК-7.2: Умеет организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг
Знать:
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь:
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении; осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
Владеть:
навыками разработки маркетинговых программ;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований; методами сегментации и позиционирования
ПК-7.3: Владеет навыками ведения переговоров с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов
Знать:
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь:
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении; осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
Владеть:
навыками разработки маркетинговых программ;
навыками разработки маркетинговых программ;

навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований; методами сегментации и позиционирования
ПК-2.1: Знает как выработать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя
Знать:
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь:
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
Владеть:
навыками разработки маркетинговых программ;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований; методами сегментации и позиционирования
ПК-2.2: Умеет участвовать в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг
Знать:
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь:
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
понимать и использовать методы и инструмент маркетинговой деятельности в управлении;
осуществлять оценку экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых мероприятий
Владеть:
навыками разработки маркетинговых программ;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований;
навыками разработки маркетинговых программ; навыками анализа и интерпретации результатов маркетинговых исследований; методами сегментации и позиционирования
ПК-2.3: Владеет навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг
Знать:
концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;

