

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 15.03.2023 13:26:05  
Уникальный программный ключ:  
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496517d

## Аннотация

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 Стратегический маркетинг в туризме**  
**направления подготовки бакалавров 43.03.02 Туризм**  
**профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»**

**Цели изучения дисциплины:** формирование у студентов профессиональных знаний в области стратегического маркетинга для самостоятельного принятия стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности государственных предприятий в современных условиях российской действительности, а также овладение принципами и методами маркетингового анализа предприятием в рамках понимания процесса управления маркетингом.

**Задачами** дисциплины являются изучение:

- Дать бакалавру глубокие и систематизированные знания о понятиях маркетинговой деятельности в сфере разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- Рассмотреть маркетинговые и управленческие концепции, принципы и функции;
- Освоить основные виды, подходы и методы стратегического планирования, организации и контроля в системе маркетинга предприятия в различных рыночных ситуациях.

**Основные блоки и темы дисциплины:** Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия. Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинга. Стратегический анализ поведения покупателей при совершении покупок; оценка поведенческой реакции покупателей. Стратегический маркетинговый анализ потребностей рынка. Стратегический анализ конкурентоспособности фирмы. Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения по освоению производства новых товаров; стратегические решения по каналам сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям. Стратегическое маркетинговое планирование: процесс стратегического планирования маркетинга; выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств.

**Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг в туризме» входит в перечень дисциплин по выбору учебного плана блока 1 части, формируемой участниками образовательных отношений.**

В результате освоения дисциплины «Стратегический маркетинг в туризме» у обучающегося формируются следующие компетенции:

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

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-2.1. Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя;

ПКУВ-2.2. Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг;

ПКУВ-2.3. Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.

**ПКУВ-6 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий**

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта

ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний;

**Знать:** необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач (ПКУВ-2) основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда (ПКУВ-б) понятие и виды деятельности туроператора, процесс заключения договоров с поставщиками услуг, туристскую документацию и визовую поддержку.

**Уметь:** проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности; выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, предполагающих получение нового знания, требующих разработки инновационных подходов и методов решения (ПКУВ-2) расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу; находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития (ПКУВ-6).

**Владеть:** технологией разработки и реализации проектов, навыками применения современного инструментария для решения экономических задач; методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния, и прогноза развития экономических процессов и явлений (ПКУВ-2) выявления стимулов для саморазвития; навыками определения реалистических целей профессионального роста (ПКУВ-6) проектирования и организации туров, организации обслуживания туристов: программный туризм, анимация туристского обслуживания, качество обслуживания и способы его регулирования.

**Дисциплина «Стратегический маркетинг в туризме»** изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научной литературой и завершается зачетом.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 108 часов, 3 зачетные единицы. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Доцент, кандидат экономических наук, доцент





Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению (специальности)



