

Аннотация

**направления подготовки бакалавров 43.03.02 Туризм
профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»**

Целью освоения дисциплины является получение студентами необходимых знаний и практических навыков по анализу внутренней и внешней среды предприятия сферы туризма, сбору, анализу, распространению и использованию информации для повышения эффективности идентификации и решения маркетинговых проблем (оценки маркетинговых возможностей).

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- знать концепции и методы маркетинговых исследований, классификацию и типы маркетинговых исследований;
- иметь представление о способах организации маркетинговых исследований на предприятиях сферы гостеприимства, принципах организации службы маркетингового исследования;
- владеть методикой оценки трудоемкости и стоимости исследования, проведения опросов;
- изучить методы обследования, способы проведения кабинетных исследований.

Основные блоки и темы дисциплины: Сущность и классификация маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований на предприятиях сферы туризма. Оценка стоимости исследования. Планирование выборки. Организация службы маркетинговых исследований на предприятиях сферы туризма. Сущность и организация маркетинговой информации. Кабинетные исследования. Содержание отчета о проведении исследования.

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

В результате освоения дисциплины «Маркетинговые исследования в туризме» у обучающегося формируются следующие компетенции:

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 по продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний;

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

знать:

- методологию проведения маркетинговых исследований;
- систему маркетинговой информации;
- особенности международных маркетинговых исследований;

уметь:

- проводить анализ конкурентной среды предприятия;
- проводить исследования потребителей туристических услуг;

- уметь проводить исследования на основе вторичной информации;

владеть:

- методами проведения маркетинговых исследований;

- навыками обработки и анализа первичной и вторичной.

Дисциплина «Маркетинговые исследования в туризме» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научной литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик

Анна

Жигалёва В.В.

Зав. выпускающей кафедрой

Анна

Букишева А.