

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:  
Руководитель ООП  
Л.П. Богданова  
«шмая» 2019г.

Аннотация дисциплины  
**МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ**

Направление подготовки  
43.03.02 Туризм

Профиль подготовки  
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель к.ф.-м.н, доцент Домбровская В.Е.

Тверь, 2019

## **I. Аннотация**

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в туризме» является формирование у студентов системы знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции с учетом специфики туристского предприятия, и как о важной части системы управления предприятием.

Задачами освоения дисциплины являются:

- постижение студентами содержания и сущности маркетинговой деятельности на предприятиях туризма;
- ознакомление их с основными рабочими понятиями маркетинга;
- ознакомление студентов с методологией и методами проведения маркетинговых исследований;
- приобретение студентами знаний и навыков в формировании ценовой политики фирмы;
- приобретение студентами знаний и навыков в планировании маркетинга и организации маркетинговой деятельности на предприятиях туризма

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина «Маркетинг в туризме» входит в число дисциплин обязательной части учебного плана. Содержательно дисциплина «Маркетинг в туризме» опирается на знания и навыки, полученные студентами при изучении дисциплин «Экономика», «Экономика туризма».

Учебная дисциплина «Маркетинг в туризме» создает основы для изучения курсов «Реклама в туризме», «Планирование на предприятиях туризма» части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

**Уровень начальной подготовки** обучающегося для успешного освоения дисциплины «Маркетинг в туризме»:

- *Знать* теоретические основы маркетинга туризма и специфические особенности формирования комплекса маркетинга в туризме.

- *Уметь* применять полученные теоретические знания при анализе отраслевого рынка туристских продуктов и услуг.
- *Владеть* навыками сбора, анализа и представления маркетинговой информации для формирования эффективного комплекса маркетинга в туризме.

**3. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, 6 семестр), в том числе:**

**контактная работа:** лекции – 34 час., практические занятия – 17 час.;

**контактная внеаудиторная работа:** –

**самостоятельная работа:** – 57 час.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<b>ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</b>	<p><b>ОПК-4.1</b> – Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p> <p><b>ОПК-4.2</b> – Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>

**5. Форма промежуточной аттестации – зачет.**

**6. Язык преподавания – русский.**