

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

**ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ
МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Код, направление подготовки:
43.03.02 Туризм

Профиль: Технология и организация экскурсионных услуг	Форма контроля на курсе зачет с оценкой 3
---	--

Квалификация:
бакалавр

Форма обучения:
заочная

Общая трудоемкость (час / з.ед.):
108/3

Программу составил (а):

Копытский В.И, старший преподаватель, канд. экон. наук

Программа подготовлена на основании учебного плана в составе ОПОП

43.03.02 Туризм: Технология и организация экскурсионных услуг

утвержденных Ученым советом ФГБОУ ВО «АлтГПУ» от «26» марта 2020 г., протокол № 6.

Программа принята:

на заседании кафедры историко-культурного наследия и туризма

Протокол от «25» февраля 2020 г. № 7.

Зав. кафедрой: Труевцева О.Н., профессор, д-р ист. наук

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины состоит в формировании знаний и навыков работы в области маркетинга, и умении применять эти знания и навыки в профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование представлений о стратегической роли маркетинга в управлении современным туристическим предприятием;
- изучение особенностей маркетинга в туристской индустрии;
- овладеть методикой организации каналов распределения продукции, и ее эффективного продвижения по данным каналам;
- освоить политику ценообразования в маркетинге;
- ознакомиться с организацией службы маркетинга и контролем маркетинговой деятельности на предприятии.
- разрабатывать и реализовывать на практике соответствующие программы конкретных коммерческих действий, увязывать их с основными управленческими процессами внутри организации;
- овладение навыками анализа конкретной маркетинговой проблемы и предложения способов ее решения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Организация туристской деятельности

Экономика туризма

2.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Бухгалтерский учет в туризме

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

ПК-1. Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов ИОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знает: роль маркетинга в деятельности предприятий индустрии туризма; содержание и направления маркетинговых исследований деятельности предприятий индустрии туризма; основы управления маркетинговой деятельностью на предприятиях индустрии туризма; ключевые положения теории туристской дестинации; требования к составу туристских услуг в различных специализированных программах; особенности планирования, формирования, продвижения и реализации туристского продукта; структуру туристской индустрии и современные тенденции её развития; основные, дополнительные, сопутствующие услуги в программе обслуживания. Умеет: применять на практике принципы, методы и инструменты маркетинга в деятельности предприятий

	индустрии туризма; оценивать положение предприятия индустрии туризма в соответствии с условиями внешней и внутренней среды; осуществлять выбор целей, задач и стратегий маркетинговой деятельности предприятий индустрии туризма; оценивать эффективность маркетинговой деятельности предприятий индустрии туризма; ориентироваться в тенденциях развития туристского рынка; использовать теоретические знания в создании моделей туристского продукта; использовать навыки составления программ обслуживания туристов; извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения профессиональной деятельности. Владеет: методами организации маркетинговой на предприятиях индустрии туризма; методиками оценки экономического потенциала предприятия индустрии туризма рыночной конъюнктуры; навыками современного подхода к туризму как программному обслуживанию; навыками анализа исторических источников, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки целей и выбору путей их достижения
ИПК-1.1 Формирует туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста. ИПК-1.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Знает: офисные технологии и специальное программное обеспечение туристской деятельности для анализа и поиска научно-технической информации в области туристской деятельности; основные инновационные технологии в туристской деятельности в области маркетинга туристического рынка; новые формы обслуживания потребителей и (или) туристов теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей; туристские ресурсы Российской Федерации; историко-культурные и географические достопримечательности Сибирского региона. основные методы продвижения и реализации туристского продукта; Умеет: применять теоретические знания при решении практических задач в туристской деятельности, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения; анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области маркетинга; анализировать основные теоретические и практические направления развития инновационных технологий в области маркетинга; планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии; применять теоретические знания при решении

	практических задач в туристской деятельности в области продвижения и реализации турпродукта выбирать и применять эффективные технологии продаж. Владеет: навыками работы с вычислительной техникой, прикладными программными средствами для поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности; применения инновационных технологий при создании новых туристских продуктов и услуг в области маркетинга; новыми формами обслуживания потребителей и (или) туристов; создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных инновационных технологий и методов проектирования; навыками формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей, с использованием современных информационных и коммуникативных технологий.
--	---

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Профиль	Курс	Всего часов	Количество часов по видам учебной работы				
			Лек.	Практ.	КСР	Сам. работа	Зачет с оценкой
Технология и организация экскурсионных услуг	3	108	4	4	2	89	9
Итого			4	4	2	89	9

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Раздел / Тема	Содержание	Количество часов		
			Лекц.	Практ.	Сам. работа
Курс 3					
1.	Управление маркетинго м. Сегментаци я рынка туристских услуг	Стратегия маркетинга. Выбор целей и задач. Маркетинговые исследования туристского рынка. Принятие маркетинговых решений в условиях нестабильности туристского рынка. Демографические и социально-экономические критерии сегментации туристского спроса Мотивационные, психологические критерии сегментации туристского спроса. Целевые рынки Поведенческие стереотипы туристов.	1	1	15

		Процесс планирования маркетинга в сфере туризма. Управление товарно-ценовой политикой турфирмы. Управление каналами распределения товаров /услуг и их продвижением.			
2.	Маркетинговые коммуникации в туристской деятельности	Коммуникационная политика в туризме. Современное состояние и развитие маркетинговых коммуникаций. Основные элементы маркетинговых коммуникаций.	1		10
3.	Организация и развитие туристского бизнеса	Бизнес-планирование. План маркетинга. Прогнозирование спроса. Целевой рынок туристских услуг. Техника продаж турпродукта.	1		10
4.	Внутренний маркетинг	Понятие, содержание и концепция внутреннего маркетинга туризма в России. Задачи и стратегии маркетинга. Маркетинговое исследование туристского рынка. Маркетинговый подход к управлению кадрами. Доведение маркетинговых информации до служащих. Система поощрений. Организация и контроль исполнения туристских услуг.	1		10
5.	Продвижение турпродукта на рынок	Анализ турпродукта и целевой аудитории. Сегментация рынка. Анализ конкурентов на туристическом рынке. Сегментация туристского рынка		1	11
6.	Традиционные каналы маркетинговых коммуникаций	Типы каналов коммуникаций. Традиционный и Интернет маркетинг. Реклама. Товарный знак, его роль в современных условиях. Фирменный стиль. Publicrelations (PR). Цели и задачи PR. Инструменты PR		1	20
7.	Интернет маркетинг в туризме	Классификация и характеристика туристских интернет-ресурсов. Контекстная реклама. Использование социальных сетей в продвижении турпродукта		1	15
	Зачет с оценкой				9
	Итого		4	4	100

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ:

Курсовая работа не предусмотрена.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература: Приложение 2.

9.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Сущность и особенности маркетинга в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ozlib.com/829317/turizm/suschnost_osobennosti_marketinga_turizme

Маркетинг в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourfaq.net/marketing/marketing-v-turisticheskom/>

Маркетинг в туризме (конспект лекций) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econbooks.ru/books/view/11>

9.3. Перечень программного обеспечения:

1. Пакет Microsoft Office.
2. Пакет LibreOffice.
3. Пакет OpenOffice.org.
4. Операционная система семейства Windows.
5. Операционная система Linux.
6. Интернет браузер.
7. Программа для просмотра электронных документов формата pdf, djvu.
8. Медиа проигрыватель.
9. Пакет Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows.

9.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем: Приложение 3

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

4. Аудио, -видеоаппаратура.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ:

Особенность курса заключается в том, что помимо достаточно сложного теоретического материала студент должен получить навыки практической управленческой деятельности в сфере туристической индустрии. Поэтому успешное освоение материала возможно только при активной самостоятельной работе студента.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются семинарские занятия. Они требуют научно-теоретического обобщения источников и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками. Семинарское занятие представляет собой особую форму организации учебного процесса, в ходе которого студент должен приобрести умения получать новые учебные знания, их систематизировать и концептуализировать; оперировать базовыми понятиями и теоретическими конструкциями учебной дисциплины. Целью семинарских занятий является приобретение студентами новых знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности, развитие у них гуманитарного мышления интеллектуальных способностей как средства индивидуального освоения учебной дисциплины. Все это требует тщательной подготовки к семинарским занятиям.

При подготовке к семинарским занятиям следует использовать всю рекомендованную литературу, размещенную на бумажных или электронных носителях. Особое место в структуре семинарского занятия занимают учебные доклады, которые позволяют студентам продемонстрировать теоретические и эмпирические знания, умения систематизировать и концептуализировать информацию, содержащуюся в учебных и научных текстах, в соответствии с планом доклада. Готовясь к докладу, надо прочитать рекомендованную литературу и составить простые планы прочитанных текстов, а затем составить план выступления, придерживаясь рекомендованной схемы. В докладе особое внимание следует уделять практическим и теоретическим аспектам темы. Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Важно, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Семинар является важнейшей формой усвоения знаний. Важным фактором результативности данного вида занятий, его высокой эффективности является процесс подготовки. Прежде всего, студенты должны уяснить предложенный план занятия, осмыслить вынесенные для обсуждения вопросы, место каждого из вопросов в раскрытии темы семинара. Подготовка к семинару активизирует работу студента с книгой, требует обращения к литературе, учит рассуждать. В процессе подготовки к семинару закрепляются и уточняются уже известные и осваиваются новые категории. Сталкиваясь в ходе подготовки с недостаточно понятными моментами темы, студенты находят ответы самостоятельно или фиксируют свои вопросы для постановки и уяснения их на самом семинаре. Студент может предложить подумать над постановкой таких вопросов по теме семинара, которые вызовут интерес своей неоднозначностью, противоречивостью, разделят участников семинара на оппонирующие группы. А это как раз то, что нужно для дискуссии, для активизации семинара. Также в арсенале студента должны быть заготовлены вопросы для создания проблемных ситуаций, если они не будут созданы выступлениями других студентов, самой логикой развития семинара. В ходе семинара студент учится публично выступать, видеть реакцию слушателей, логично, ясно, четко, грамотным литературным языком излагать свои мысли, приводить доводы, формулировать аргументы в защиту своей позиции. На семинаре каждый студент имеет возможность критически оценить свои знания, сравнить со знаниями и умениями их излагать других студентов, сделать выводы о необходимости более углубленной и ответственной работы над обсуждаемыми проблемами. В ходе семинара каждый студент опирается на свои конспекты, сделанные на лекции, собственные выписки из учебников, первоисточников, статей, другой литературы, на словарь по данной теме. Семинар как развивающая, активная форма учебного процесса способствует выработке самостоятельного мышления студента, формированию информационной культуры. Семинар – эффективная форма закрепления полученных по обсуждаемой проблеме знаний, видения этой проблемы в целом, осознания ее соотнесенности с другими темами в рамках целостной концепции. Подготовка к семинарскому занятию следует начинать с ознакомления с соответствующим разделом учебника и лекции. Во время чтения лекции необходимо составить краткий план-конспект будущего ответа на семинарском занятии,

для чего целесообразно использовать специальную тетрадь для семинарских занятий. План ответа не должен представлять собой необработанную компиляцию учебной литературы; лучше, если он будет составлен в виде кратких, легко запоминающихся тезисов, которыми студент может пользоваться при ответе. Для того чтобы ответ был четким, аргументированным, необходимо внимательно изучить текст рекомендованного документа и отметить в плане-конспекте номера статей и страниц учебника, где эти статьи содержатся. Так как изобилует терминами, то целесообразно составить словарь. При подготовке к семинарским занятиям студент должен, в первую очередь, использовать материалы лекций. Однако, ни в коем случае, нельзя ограничиваться ими. Лекции, как правило, имеют небольшой объем. Помимо своей содержательной ценности они во многом должны играть методологическую роль, указывать вектор, в направлении которого обучающийся должен осуществлять работу. В подготовке к семинарам большое значение имеет рекомендованная лектором и ведущим практические занятия преподавателем учебная и научная литература. Различные вопросы по-разному раскрыты в учебниках, в силу этого, целесообразно иметь студенту один, два учебника (разных авторов), а также по отдельным вопросам обращаться и к иной учебной литературе. Залогом высоких учебных результатов студента является подготовка к семинарским занятиям и работа на них на протяжении всего семестра. На семинаре не требуется точное воспроизведение лекционного материала или положений учебника. Но в любом случае, студент должен свободно владеть терминологией, понимать закономерности для того, чтобы четко и последовательно ответить на поставленные вопросы.

Методические рекомендации для обучающихся (с ОВЗ)

Под специальными условиями для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. Построение образовательного процесса ориентировано на учет индивидуальных возрастных, психофизических особенностей обучающихся, в частности предполагается возможность разработки индивидуальных учебных планов. Реализация индивидуальных учебных планов сопровождается поддержкой тьютора (родителя, взявшего на себя тьюторские функции в процессе обучения, волонтера). Обучающиеся с ОВЗ, как и все остальные студенты, могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом индивидуальных особенностей и специальных образовательных потребностей конкретного обучающегося. При составлении индивидуального графика обучения для лиц с ОВЗ возможны различные варианты проведения занятий: проведение индивидуальных или групповых занятий с целью устранения сложностей в усвоении лекционного материала, подготовке к семинарским занятиям, выполнению заданий по самостоятельной работе. Для лиц с ОВЗ, по их просьбе, могут быть адаптированы как сами задания, так и формы их выполнения. Выполнение под руководством преподавателя индивидуального проектного задания, позволяющего сочетать теоретические знания и практические навыки; применение мультимедийных технологий в процессе ознакомительных лекций и семинарских занятий, что позволяет экономить время, затрачиваемое на изложение необходимого материала и увеличить его объем.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации преподаватели, в соответствии с потребностями студента, отмеченными в анкете, и рекомендациями специалистов дефектологического профиля, разрабатывает фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех

компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Лицам с ОВЗ может быть предоставлено дополнительное время для подготовки к ответу на экзамене, выполнения задания для самостоятельной работы.

При необходимости студент с ограниченными возможностями здоровья подает письменное заявление о создании для него специальных условий в Учебно-методическое управление Университета с приложением копий документов, подтверждающих статус инвалида или лица с ОВЗ.

Список литературы

Код: 43.03.02

Образовательная программа: Туризм: Технология и организация экскурсионных услуг

Учебный план: zТуризм43.03.02_2020.plx

Дисциплина: Маркетинг в туризме

Кафедра: Историко-культурного наследия и туризма

Тип	Книга	Количество
Основная	Безрутенко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Безрутенко. — Москва: Дашков и К, 2018. — 233 с. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75219.html .	9999
Основная	Лисевич А. В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. — Москва: Дашков и К, 2018. — 174 с. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75218.html .	9999
Дополнительная	Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник / Н. А. Восколович. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — URL: http://www.iprbookshop.ru/81792.html .	9999
Дополнительная	Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учебное пособие для студентов вузов / Е. А. Джанджугазова. — Москва: Академия, 2005. — 224 с.: ил.	25
Дополнительная	Исмаев Д. К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: теория и практика деятельности туристских фирм: учебное пособие для студентов вузов / Д. К. Исмаев ; Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при Правительстве Москвы. — Москва: Академия, 2004. — 188 с.	25
Дополнительная	Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие для студентов вузов / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин ; Государственный университет управления, Институт туризма и развития рынка. — Москва: КНОРУС, 2015. — 437 с.: табл. — URL: http://obs.uni-altai.ru/covers/771117.jpg . — URL: http://obs.uni-altai.ru/contents/771117.pdf .	5