

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Направление подготовки/специальность: 43.03.02 Туризм

Направленность/специализация: Туроперейтинг и онлайн
технологии в туризме

Квалификация выпускника: бакалавр

**Кострома
2021**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным приказом от 8 июня 2017 г. №516 по направлению подготовки 43.03.02, Туризм. Уровень высшего образования бакалавриат.

- в соответствии с учебным планом направления подготовки 43.03.02. Туризм – *Туроперейтинг и онлайн технологии в туризме*. Год начала подготовки - 2021.

Разработал: Данилина М.В., к.пс.н., доцент кафедры медиакоммуникаций и туризма

Рецензент: Сахарова Е.Е. Генеральный директор ООО «Артикул Тур»

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры №7 от 29.04.2021г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

 Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

подпись

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № от г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

_____ Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

подпись

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Медиакоммуникаций и туризма:

Протокол заседания кафедры № от г.

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и туризма:

_____ Белякова Е.Н., канд. филол. наук,

подпись

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Освоить технологии проведения маркетингового исследования туристского рынка, технологии организации продажи и продвижения туристского продукта.

Задачи дисциплины:

- овладеть основами проведения маркетингового исследования туристского рынка;
- изучить и уметь применять на практике технологии продажи туристского продукта;
- изучить и уметь применять на практике технологии продвижения туристского продукта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

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

Код и содержание индикаторов компетенции:

ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.

ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Знать: основы маркетингового комплекса, специфику и субъектов туристского рынка, сущность проведения маркетингового исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта.

Уметь: проводить маркетинговое исследования туристского рынка, организовывать процесс продажи и продвижения туристского продукта.

Владеть: технологиями, методиками проведения маркетингового исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Изучается в 3 семестре. Имеет взаимосвязи с изучением предыдущей дисциплины «Экономика туризма» и с изучением последующих дисциплин «Мировой рынок туристских услуг», «Инновационные рекламные и PR-технологии в туризме» согласно учебному плану.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах		4	
Общая трудоемкость в часах		144	
Аудиторные занятия в часах, в том числе:		32	
Лекции		16	
Практические занятия		16	

Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах		70,65 (36)	
ИКР		5,35	
Форма промежуточной аттестации		экзамен	

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции		16	
Практические занятия		16	
Лабораторные занятия			
Консультации		2	
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены		0,35	
Курсовые работы		3	
Курсовые проекты			
Всего		37,35	

5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	з/е, всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
		4/144	16	16	-	70,65
1.	Концепция маркетинга в туризме	12,83	2	2	-	8,83
2.	Содержание и направленность маркетинговых исследований туристского рынка и туристского предприятия	12,83	2	2	-	8,83
3.	Потребители и сегментация туристского рынка	12,83	2	2	-	8,83
4.	Маркетинговая продуктовая политика туристского предприятия	12,83	2	2	-	8,83
5.	Маркетинговая ценовая стратегия туристского	12,83	2	2	-	8,83

	предприятия					
6.	Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия	12,83	2	2	-	8,83
7.	Маркетинговая коммуникационная политика туристского предприятия	12,83	2	2	-	8,83
8.	Анализ деятельности конкурентов на туристском рынке	12,83	2	2	-	8,83
	Экзамен	36				
	ИКР	5,35				
	Итого:	4/144	16	16	-	36

5.2. Содержание:

Тема 1. Концепция маркетинга в туризме

Развитие теории и практики маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга.

Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме. Технологии реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.

Тема 2. Содержание и направленность маркетинговых исследований туристского рынка и туристского предприятия

Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований в сфере туризма. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формы организации и направления маркетинговых исследований.

Тема 3. Потребители и сегментация туристского рынка

Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка. Признаки сегментации и выбор целевого рынка.

Критерии сегментации потребителей туристского продукта. Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг.

Тема 4. Маркетинговая продуктовая политика туристского предприятия

Формирование продуктовой стратегии. Оптимизация структуры разрабатываемых и предлагаемых туристских продуктов. Основные этапы разработки продукта-новинки.

Внедрение на рынок нового туристского продукта.

Тема 5. Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия

Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Внешние и внутренние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Выбор методов и определение стратегии ценообразования.

Тема 6. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия

Место и роль сбыта в формировании сбытовой стратегии. Задачи сбытовой политики туристского предприятия. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников, форма работы с ними.

Тема 7. Маркетинговая коммуникативная политика туристского предприятия

Роль коммуникаций в маркетинговой деятельности. Сущность маркетинговых коммуникаций. Элементы комплекса коммуникаций. Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникаций. Выбор структуры и комплекса коммуникаций.

Тема 8. Анализ деятельности конкурентов на туристском рынке

Цели и задачи оценки конкурентной среды туристского рынка. Элементы анализа конкурентов. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия по показателю доли рынка. Формирование конкурентной карты рынка.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Концепция маркетинга в туризме	Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.	8,83	Подготовить доклад, презентацию. Изучить материалы лекции.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.

2.	Содержание направленность маркетинговых исследований туристского рынка и туристского предприятия	и	Формы организации и направления маркетинговых исследований.	и	8,83	Подготовить доклад, презентацию. Изучить материалы лекции. Написание курсовой работы.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.
3.	Потребители сегментация туристского рынка	и	Критерии сегментации потребителей туристского продукта. Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг.	и	8,83	Изучить материалы лекции и примеры типовых заданий, подготовиться к тестированию. Написание курсовой работы.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических кейсовых заданий,
4.	Маркетинговая продуктовая политика туристского предприятия		Основные этапы разработки продукта-новинки. Внедрение на рынок нового туристского продукта.	и	8,83	Изучить материалы лекции и примеры типовых заданий. Написание курсовой работы.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических кейсовых заданий.
5	Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия		Постановка целей ценообразования. Выбор методов и определение стратегии ценообразования.	и	8,83	Изучить материалы лекции и примеры типовых заданий, подготовиться к тестированию. Написание курсовой работы.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических кейсовых заданий.
6.	Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия		Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников, форма работы с ними.	и	8,83	Изучить материалы лекции и примеры типовых заданий. Написание курсовой	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий.

				работы.	
7.	Маркетинговая коммуникационная политика туристского предприятия	Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникаций. Выбор структуры и комплекса коммуникаций.	8,83	Изучить материалы лекции и примеры типовых заданий, выполнение тестовых заданий. Написание курсовой работы.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий
8.	Анализ деятельности конкурентов на туристском рынке	Оценка конкурентоспособности туристского предприятия по показателю доли рынка. Формирование конкурентной карты рынка.	8,83	Изучить материалы лекции и примеры типовых заданий.	Обсуждение вопросов темы; выполнение практических заданий Защита курсовой работы
9.	Экзамен	Подготовка к сдаче экзамена Изучение вопросов к экзамену.	36	Подготовка к экзамену с учетом лекционного материала и выполненных заданий в рамках учебной дисциплины	Сдача экзамена
			70,65 (36)		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

1. Специфика маркетинга услуг.
2. Особенности маркетинга в туризме.
3. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда.
4. Характеристика различных методов полевого и кабинетного маркетингового исследования.
5. Содержание маркетинговой деятельности туристского предприятия.
6. Маркетинговые возможности туристского предприятия.

7. Характеристика комплексного изучения туристского рынка и туристского предприятия.
8. Маркетинговые решения при разработке туристского продукта.
9. Методы и стратегии маркетинговой ценовой политики туристского предприятия.
10. Выставочная деятельность и ее роль в продвижении туристских услуг.
11. Сегментация туристского рынка.
12. Сбытовая и коммуникативная политика туристского предприятия.
13. Факторы формирования микро- и макросреды маркетинга туристского предприятия.
14. Маркетинговая среда и ее влияние на развитие рынка туристских услуг.
15. Анализ деятельности конкурентов на рынке туристских услуг.

6.3. Темы курсовых работ (примерные)

I. Работы по основным вопросам изучаемой дисциплины

1. Анализ системы маркетинговых коммуникаций туристского предприятия.
2. Брендинговые технологии в туризме.
3. Виртуальный маркетинг как способ продвижения услуг туристского предприятия.
4. Выставки и презентации как инструмент позиционирования туристской фирмы.
5. Маркетинговый анализ потребительских предпочтений при разработке туристского маршрута.
6. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия.
7. Процесс персональной продажи и его технологии на предприятии сферы туризма.
8. Система маркетинговой информации туристского предприятия.
9. Содержание и направленность маркетинговых исследований на туристском рынке.
10. Основные направления продуктовой политики туристского предприятия.
11. Политика ценообразования на рынке туристских услуг.
12. Разработка эффективных сбытовых стратегий для туристской фирмы.
13. Сегментирование на рынке туристских услуг.
14. Сегментирование потребителей туристских услуг.
15. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.
16. Стимулирование сбыта туристского предприятия в комплексе маркетинговых коммуникаций.
17. Характеристика системы мотивации и процесса принятия решения о приобретении туристских услуг.
18. Формирование имиджевой политики предприятия туристской сферы.
19. Фирменный стиль туристского предприятия.
20. Формирование маркетинговых стратегий в развитии туристского предприятия.
21. Управление маркетингом на предприятиях сферы туризма.

II. Работы проектного характера

1. Анализ и оценка эффективности стратегического продвижения туристского продукта в сети Интернет.
2. Разработка маркетинговой стратегии туристской фирмы «N».
3. Разработка конкурентной стратегии туристской фирмы «N».
4. Разработка стратегии маркетинга туристской фирмы в сети Интернет.
5. Продвижение базы отдыха «N» на туристский рынок.
6. Формирование ценовой стратегии на туристском предприятии «N».
7. Разработка маркетингового бюджета туристской фирмы «N».
8. Позиционирование отеля «N» на туристском рынке.
9. Разработка комплекса маркетинга (на примере туристской фирмы «N»).
10. Формирование имиджа гостиничного предприятия средствами маркетинга (на примере гостиницы «N»).

III. Работы научно-исследовательского характера

1. Маркетинговое исследование рынка туристских услуг (на примере г. N).
2. Маркетинговое исследование конкурентных преимуществ туристского предприятия (на примере турфирмы «N» г. N).
3. Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг в туристской индустрии (на примере г. N).
4. Исследование возможностей применения системы маркетинговых коммуникаций в туристской сфере (на примере г. N).
5. Исследование возможностей применения инструментов электронного маркетинга на рынке туристских услуг (на примере г. N).
6. Исследование конкурентной среды на рынке гостиничных услуг в сфере туризма (на примере г. N).
7. Исследование ценовой политики гостиничного предприятия (на примере гостиницы «N»).
8. Маркетинговое исследование ассортиментной политики туристского предприятия (на примере г. N).
9. Маркетинговое исследование процесса оказания услуг в деятельности туристского предприятия (на примере турфирмы «N»).
10. Исследование ценовой политики туристского предприятия (на примере турфирмы «N»).
11. Исследование сбытовой политики туристского предприятия (на примере турфирмы «N»).
12. Исследование поведения потребителей туристского предприятия (на примере турфирмы «N»).

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная:

1. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 303 с. : ил. - Библиограф. в кн. - ISBN 978-5-238- 02813-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>
2. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учебное пособие / Т.Л. Дашкова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 72 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02000-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>

3. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. : табл., схемы - ISBN 978-5-238-01519-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>
4. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-010337-2, 300 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840>
5. Бутко И. И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; [под ред. И. И. Бутко]. - М. : Дашков и К" : Наука-Спектр, 2010. - 416 24 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00.

б) дополнительная:

1. Котлер Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮнитиДана, 2015. - 1071 с. : табл., граф., ил, схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01263-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713> Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009967-5 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256>
2. Яковлев П.П. Маркетинг в сфере туризма / П.П. Яковлев. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 78 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87314>
3. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. / Мазилкина Елена Ивановна. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2015. - 300 с. - ОПД(БЗ). - ISBN 978-5-394-01285-3 : 230.00. 5
4. Сарафанова Е. В. Маркетинг в туризме : учеб. пособие для сред.-проф. образов. по спец. "Туризм" / Сарафанова Елена Витальевна, А. В. Яцук. - Москва : Альфа-М; ИНФРА-М, 2011. - 240 с. - (ПРОФИль). - МО РФ. - СД; ДН. - обязат. - ISBN 978- 5-98281-124-0; 978-5-16-003141-5 : 175.00. 5
5. Бутко И. И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников ; [под ред. И. И. Бутко]. - М. : Дашков и К" : Наука-Спектр, 2009. - 416 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00. 1
6. Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] : допущено УМО / Волков, Юрий Федорович. - Изд. 2-е. - Ростов-наДону : Феникс, 2009. - 637 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 632-635. - ISBN 978-5-222-15007-8 : 379.00.
7. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : [учеб. пособие] / Дурович, Александр Петрович. - Минск : Новое знание, 2007. - 496 с. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-985-475-286-0 : 377.00. 25

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Предполагается создание учебного курса *в системе СДО* со следующими элементами:

- Элемент «Лекции»;

- Элемент «Практические занятия»,
- «Элемент «Самостоятельная работа»;
- Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- Элемент «Промежуточная аттестация»;
- Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационно-образовательные ресурсы:

1. <http://marketopedia.ru/tags/%D6/> - Маркетопедия.
2. <http://www.bma.ru/> -Библиотека маркетинга.
3. <http://www.marketing.spb.ru/>-Энциклопедия маркетинга.
4. <http://www.ram.ru> Российская ассоциация маркетинга.
5. On-line www.marketolog.ru – Маркетолог.

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебный корпус «В 1.» ауд. №34 (аудитория для лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	Число посадочных мест - 46. Доска меловая. Имеется мультимедиа-проектор и экран.	-