

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В  
ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Направление подготовки/специальность: 43.04.02 Туризм

Направленность/специализация: Организация и управление  
туристской деятельностью

Квалификация выпускника: магистр

**Кострома  
2022**

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования утвержденным приказом от 15.06.2017 № 556 по направлению подготовки 43.04.02, Туризм.

Разработал: Данилина М.В., доцент кафедры МКиТ, к.пс.н., доцент

Рецензенты: Сахарова Е.Е., Генеральный директор ООО «Артикул тур»

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой Медиакоммуникаций и Туризма:

Белякова Е.Н., к.фил.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 8 от 21 апреля 2022г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры осуществляющей выпуск по образовательной программе:

Протокол заседания кафедры №8 от 30 марта 2023г.

Белякова Е.Н., к.фил.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры осуществляющей выпуск по образовательной программе:

Протокол заседания кафедры №\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Белякова Е.Н., к.фил.н., доцент

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Цели: в результате освоения данной дисциплины магистрант приобретает знания, умения и навыки, обеспечивающие достижение целей основной образовательной магистерской программы «Туризм» в области современных подходов и методологии разработки и внедрения маркетинговых стратегий, программ для потребностей туристского рынка.

Задачи:

- уметь применять технологии разработки и проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности;
- освоить технологии разработки маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма;
- уметь внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен освоить компетенции:

ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма.

Код и содержание индикаторов компетенции:

ОПК-4.1. Применяет технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности.

ОПК-4.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма.

ОПК-4.3. Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- особенности маркетинговых стратегий, особенностями их управления в маркетинговой деятельности туристского предприятия;
- методологию, принципы и задачи проведения маркетинговых исследований в сфере туризма;
- специфику системы организации и проведения маркетинговых исследований в сфере туризма.

уметь:

- разрабатывать продуктовую маркетинговую концепцию для задач туристского предприятия;
- разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований, востребованной в туристской индустрии;
- интерпретировать результаты проводимых маркетинговых исследований с целью корректировки маркетинговой политики туристского предприятия.

владеть:

- навыками диагностики маркетинговых проблем туристского предприятия;
- технологиями разработки маркетинговых стратегий и программ в сфере туризма;
- маркетинговыми технологиями разработки и продвижения туристского продукта на мировой рынок;

- маркетинговыми технологиями разработки MVP и его внедрения в деятельность предприятий туристской индустрии.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Изучается на 2-м курсе. Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью в туристской индустрии» входит в базовую часть учебного плана (Б1.Б.11). Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплины «Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии», «Стратегическое моделирование развития предприятия туристской индустрии». Является основой для последующего изучения таких дисциплин как «Современные тенденции и прогнозирование развития регионального туристского рынка», «Бренд-менеджмент в индустрии туризма», «Управление качеством туристских услуг и обслуживания».

### 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:			22
Лекции			10
Практические занятия			12
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах			113(9)
Форма промежуточной аттестации			Экзамен

#### 4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции			10
Практические занятия			12
Лабораторные занятия			
Консультации			2
Зачет/зачеты			
Экзамен/экзамены			0,35
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
Всего			24,35

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

#### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Специфика управления маркетинговой деятельностью предприятия.	26,6	2	2		22,6
2.	Организация и проведение маркетинговых исследований в туристской индустрии.	26,6	2	2		22,6
3.	Управление продуктовой политикой и оценка конкурентоспособности предприятия туристской индустрии.	28,6	2	4		22,6
4.	Управление ценообразованием в сфере туризма.	26,6	2	2		22,6
5.	Управление сбытом и продвижением товаров и услуг в туристской индустрии.	26,6	2	2		22,6
	Экзамен	9				9
	Итого:	4/144	10	12		122

## 5.2. Содержание:

### ***Раздел 1. Специфика управления маркетинговой деятельностью предприятия***

Основные подходы к управлению маркетингом предприятия туристской индустрии. Оценка рыночного спроса и предложения на рынке туристских услуг. Оценка привлекательности туристской отрасли. Маркетинговая информация. Характеристика и классификация рынков. Источники маркетинговых проблем.

### ***Раздел 2. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований в туристской индустрии***

Определение, содержание и задачи маркетинговых исследований. Требования, предъявляемые к маркетинговым исследованиям. Основные особенности организации и проведения маркетинговых исследований на отечественных рынках. Основные принципы и функции маркетинговых исследований в туризме. Формулирование проблематики и разработка основных этапов проведения исследования. Разработка плана исследования: выбор источников информации и методов, определение форм для сбора данных.

### ***Раздел 3. Управление продуктовой политикой и оценка конкурентоспособности предприятия туристской индустрии***

Управление процессом формирования продуктовой стратегии. Оптимизация структуры разрабатываемых и предлагаемых туристских продуктов. Основные этапы разработки продукта-новинки. Управление внедрением на рынок новых туристских продуктов. Определение рыночной доли, конкурентных преимуществ туристского предприятия. Анализ конкурентной среды в туристской индустрии.

#### ***Раздел 4. Управление ценообразованием в сфере туризма***

Управление процессом ценообразования предприятия туристской индустрии. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Внешние и внутренние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Виды и структура цен. Выбор методов и определение стратегии ценообразования.

#### ***Раздел 5. Управление сбытом и продвижением товаров и услуг в туристской индустрии***

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

Управлением продвижением товаров и услуг в туристской индустрии. Роль коммуникаций в маркетинговой деятельности. Сущность маркетинговых коммуникаций. Элементы комплекса коммуникаций. Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникаций. Выбор структуры и комплекса коммуникаций.

## **6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### **6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине**

<b>№ п/п</b>	<b>Раздел (тема) дисциплины</b>	<b>Задания</b>	<b>Часы</b>	<b>Методические рекомендации по выполнению задания</b>	<b>Форма контроля</b>
1.	Специфика управления маркетинговой деятельностью предприятия.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	22,6	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
2.	Организация и проведение	- Подготовка к практическим	22,6	Изучение материалов лекций	Опрос Доклад

	маркетинговых исследований в туристской индустрии.	занятиям - Выполнение заданий, письменных работ		и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Реферат Контрольная работа
3.	Управление продуктовой политикой и оценка конкурентоспособности предприятия туристской индустрии.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	22,6	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
4.	Управление ценообразованием в сфере туризма.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	22,6	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
5.	Управление сбытом и продвижением товаров и услуг в туристской индустрии.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	22,6	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
6.	Подготовка к сдаче экзамена	Изучение вопросов к зачету	9	Подготовка к зачету с учетом лекционного материала и выполненных заданий в рамках учебной дисциплины	Экзамен
			113 (9)		

## 6.2. Тематика практических занятий

1. Маркетинговые возможности туристского предприятия.
2. Характеристика комплексного изучения туристского рынка и туристского предприятия.
3. Маркетинговые решения при разработке туристского продукта.
4. Методы и стратегии маркетинговой ценовой политики туристского предприятия.

5. Характеристика различных методов полевого и кабинетного маркетингового исследования.
6. Выставочная деятельность и ее роль в продвижении туристских услуг.
7. Сегментация туристского рынка.
8. Сбытовая и коммуникативная политика туристского предприятия.
9. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда.
10. Маркетинговая среда и ее влияние на развитие рынка туристских услуг.
11. Анализ деятельности конкурентов на рынке туристских услуг.
12. Формулировка целей, задач и назначения маркетингового исследования.
13. Характеристики методов сбора маркетинговых данных: количественные и качественные, полевые и кабинетные.
14. Исследование конкурентоспособности туристской фирмы/туристского продукта.
15. Специфика деятельности маркетинговых подразделений туристских компаний.

### **6.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Студенту рекомендуется посещать все занятия для формирования системного взгляда на предмет. Самостоятельная работа студента складывается из изучения теоретического материала, рекомендуемой литературы, выполнения заданий, предложенных преподавателем по каждой теме.

Студенту-магистранту необходимо за время обучения собрать портфолио выполненных работ, которое должно быть предъявлено на зачете. При выполнении заданий студентам-магистрантам рекомендуется развивать навыки научно-исследовательской работы, умения работать в команде, самостоятельность мышления и креативность, развивать умения работать с массивом информации, уметь компилировать, обобщать информацию и делать самостоятельные выводы.

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

*а) основная:*

1. Барышев А. Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве : [учеб. пособие для студ., обучающихся по спец. 08 05 07 "Менеджмент организации" и 10 01 03 "Социально-культурный сервис и туризм"] : рекомендовано УС Ин-та индустрии сервиса / Барышев Александр Федорович. - М. : Финансы и статистика, 2007. - 160 с. - Библиогр.: с. 155. - ISBN 978-5-279-03255-6 : 129.26.
2. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 303 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-238-02813-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>

3. Савчук Г.А. Управление маркетингом на предприятии / Г.А. Савчук, Ю.В. Мокерова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 117 с. : ил - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7996-1267-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276466>
4. Управление маркетингом: Учебное пособие/Ю.Н.Егоров - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 238 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-010430-0, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=488403>
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 с. - Библиогр.: с. 394-399. - ISBN 978-5-394-00292-2 : 439.00.

*б) дополнительная:*

1. 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>.
2. Данько Т. П. Управление маркетингом : учебник для вузов по спец. " Экономика " / Т. П. Данько. - Москва : Инфра-М, 2009. - 363 с.: табл. - (Высш. образование). - УМО. - ДС, СД. - обязат. - ISBN 978-5-16-003688-5 : 359.90.
3. Гуляева Мария Константиновна. Управление маркетингом : вводный курс : [учеб. пособие] / М. К. Гуляева ; Федеральное агентство по образованию, Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ, 2011. - 174, [2] с. - Библиогр.: с. 173-175. - ISBN 978-5-7591-1209-9 : 150.00. 27 б
4. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] : допущено УМО / Волков, Юрий Федорович. - Изд. 2-е. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. - 637 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 632-635. - ISBN 978-5-222-15007-8 : 379.00.
5. Данилина М. В. Маркетинговые исследования в сфере туристских услуг : метод. указания / М. В. Данилина. – Электронные текстовые, граф. дан. – Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2018. – Режим доступа: <http://marcweb.kstu.edu.ru/Work.asp?ValueDB=31&DisplayDB=%C3%EB%E0%E2%ED%FB%E9%A0%EA%E0%F2%E0%EB%EE%E3>. – Загл. с экрана.
6. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для студ. вузов, напр. "Туризм" / Джанджугазова Елена Александровна. - 2-е изд., стер. - Москва : Академия, 2008. - 224 с. - (Высш. проф. образование. Туризм). - УМО напр. - Туризм. - ОПД, СД. - ISBN 978-5-7695-5144-4 : 320.
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.

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

### *Информационно-образовательные ресурсы:*

1. Маркетопедия - [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://marketopedia.ru/tags/%D6/>
2. Библиотека маркетинга. - [Электронный ресурс]: Режим доступа

- <http://www.bma.ru/>
3. Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>
  4. Российская ассоциация маркетинга [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.ram.ru>.
  5. Маркетолог - [Электронный ресурс]: Режим доступа: On-line [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru).
  6. Научная электронная библиотека - [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.
  7. Публичная Электронная Библиотека (области знания: гуманитарные и естественнонаучные) - [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://lib.walla.ru/>.
  8. Туристический портал Travel.ru [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.travel.ru>.
  9. Туристический портал «100 дорог» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://100dorog.ru>.
  10. Российский Союз Туриндустрии [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru>
  11. Национальный туристический портал Russia.travel [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.russia.travel>.

*Электронные библиотечные системы:*

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znanium»

*Информация о курсе дисциплины в СДО:* создан курс дисциплины в СДО с включением следующих элементов:

- ✓ Элемент «Лекции»;
- ✓ Элемент «Практические занятия»;
- ✓ Элемент «Самостоятельная работа»;
- ✓ Элемент «Список рекомендуемой литературы»;
- ✓ Элемент «Обратная связь с обучающимися».

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

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебный корпус «В1», ауд. №34	Аудитория для лекционных и практических занятий. Число посадочных мест - 46. Доска меловая. Имеется мультимедиа-проектор и экран.	
Учебный корпус «В1», ауд. №7 Компьютерный класс	Аудитория для практических/лабораторных занятий. Число посадочных мест - 10 с выходом в Интернет.	DreamSpark Premium (поставщик ООО Форвард Софт Бизнес Договор №6-ЭА-2014 от 31.10.2014).
Учебный корпус «В1», ауд. №38	Помещение для самостоятельной работы	