

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

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

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм

Направленность: Организация и управление туристской
деятельностью

Квалификация выпускника: магистр

**Кострома
2024**

Рабочая программа дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью в туристской индустрии» 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.п.н., доцент

Рецензенты: Ступаков С.В., Директор выставочно - развлекательного комплекса «Терем Снегурочки», «Музей сыра» ООО «Снегурочка»

УТВЕРЖДЕНО:

Заведующий кафедрой осуществляющей выпуск по образовательной программе:

Белякова Е.Н., к.фил.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 6 от 04.04.2024г.

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 1-м курсе во 2-м семестре. Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью в туристской индустрии» входит в основную часть учебного плана (Б1.О.11). Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплины «Теория и практика принятия управленческих решений на предприятиях сферы туризма», «Экономика туристского рынка», «Управление предпринимательской деятельностью в туристской индустрии». Является основой для последующего изучения таких дисциплин как «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:	44		
Лекции	14		
Практические занятия	30		
Лабораторные занятия			
Самостоятельная работа в часах	61,65		
ИКР	2,35		
Форма промежуточной аттестации	Экзамен (36)		

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции	14		
Практические занятия	30		
Лабораторные занятия			
ИКР			
Зачет/зачеты	2,35		
Экзамен/экзамены			
Курсовые работы			
Курсовые проекты			
Всего	46,35		

5. Содержание дисциплины, 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.	
1.	Специфика управления маркетинговой деятельностью предприятия.	15,08	2	4,28	8,80
2.	Организация и проведение маркетинговых исследований в туристской индустрии.	15,08	2	4,28	8,80
3.	Управление продуктовой политикой и оценка конкурентоспособности предприятия туристской индустрии.	15,08	2	4,28	8,80
4.	Управление ценообразованием в сфере туризма.	15,08	2	4,28	8,80
5.	Управление продажами товаров и услуг в туристской индустрии.	15,08	2	4,28	8,80
6.	Управление продвижением товаров и услуг в туристской индустрии.	15,08	2	4,28	8,80
7.	Электронный маркетинг на предприятии туристской индустрии	15,08	2	4,28	8,80
	Экзамен		36		
	ИКР		2,35		
	Итого:	4/144	14	30	61,65

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 продажами 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.

Раздел 6. Управление продвижением товаров и услуг в туристской индустрии

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.

Раздел 7. Электронный маркетинг на предприятиях туристской индустрии

Поисковая оптимизация сайта как инструмент продвижения туристского продукта. Основные поисковые системы, их характеристики. Подходы к поисковой оптимизации сайта туристского предприятия. Некорректные способы оптимизации сайта туристского предприятия. Особенности расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задания	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Специфика управления маркетинговой деятельностью предприятия.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	8,80	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
2.	Организация и проведение маркетинговых исследований в туристской индустрии.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	8,80	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
3.	Управление продуктовой политикой и оценка конкурентоспособности предприятия туристской индустрии.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	8,80	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	8,80	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
5.	Управление продажами товаров и услуг в туристской индустрии.	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	8,80	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа

6.	Управление продвижением товаров и услуг в туристской индустрии	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	8,80	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
7.	Электронный маркетинг на предприятии туристской индустрии	- Подготовка к практическим занятиям - Выполнение заданий, письменных работ	8,80	Изучение материалов лекций и учебных пособий. Сбор, систематизация, композиционное построение материала	Опрос Доклад Реферат Контрольная работа
			61,65 (36)		

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.: 60х90 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

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».

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.
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»

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