Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 03.09.2024 13:28:00
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины *"Б1.В.ДВ.04.02 Прикладной маркетинг"*

направления подготовки бакалавров *"43.03.02 Туризм"*

профиль подготовки *"Технология и организация туроператорских и турагентских услуг"*

программа подготовки *"бакалавр"*

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины «Прикладной маркетинг» - дополнить полученные в курсе «Маркетинг в туризме» теоретические знания изучением возможностей практического их использования в основных сферах человеческой деятельности и сформировать цельную систему маркетинговой составляющей управления, обеспечивающую достижение предприятием поставленных целей.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление со специфическими особенностями использования маркетинга в отдельных отраслях, способов повышения конкурентоспособности и выживаемости фирм;

- определение положения предприятия в рыночном пространстве с использованием ситуационного анализа, оценка взаимодействия внешней и внутренней среды;

- приобретение навыков использования маркетинговых стратегий, моделей потребительского поведения, управления маркетинговой деятельностью в отраслевых сферах.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Объект, предмет и методы прикладного маркетинга
Определение, эволюция и основные парадигмы прикладного маркетинга
Новые течения маркетинга
Рынок в системе маркетинга
Туристский продукт и формирование продуктовой стратегии туристского предприятия
Ценообразование в туристком маркетинге
Политика распределения и стратегии сбыта туристких предприятий
Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения туристких услуг
Промежуточная аттестация

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к дисциплинам Блока 1 части формируемой участниками образовательных отношений, является дисциплиной по выбору и направлена на изучение особенности товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики предприятий сферы услуг. Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Экономика», «Маркетинг в туризме", «Менеджмент в туризме, «Человек и его потребности», "Цифровые технологии в профессиональной деятельности" и др.

Дисциплина «Прикладной маркетинг» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Экономика и предпринимательство в сфере туризма», «Инновации в туризме", «Технологии туристской деятельности», "Прикладной туроперейтинг" и др.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ПКУВ-5: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с

учетом запросов потребителей и применением клиентоорентированных технологий		
ПКУВ-5 .2 Изучает требования туристов, анализирует мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты		
туристский продукт, включающий основные дополнительные и сопутствующие туристические услуги, его разработку и проектирование программы туристического обслуживания;	изучать спрос на реализуемые туристские продукты с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка.	навыками анализа требований и запросов потребителей на туристские продукты
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий		
ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта		
методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	применять современные информационные и коммуникативные технологии в реализации туристского продукта и предоставлении услуг	навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий		
ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний		
методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных кампаний	навыками оценки эффективности проводимых мероприятий по продвижению и отбору наиболее эффективных каналов, корректировки рекламных кампаний.
ПКУВ-5: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоорентированных технологий		
ПКУВ-5 .2 Изучает требования туристов, анализирует мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты		
туристский продукт, включающий основные дополнительные и сопутствующие туристические услуги, его разработку и проектирование программы туристического обслуживания;	изучать спрос на реализуемые туристские продукты с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка.	навыками анализа требований и запросов потребителей на туристские продукты

Дисциплина "Прикладной маркетинг" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетные еденицы.

Вид промежуточной аттестации: Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 26.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна