Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 09.06.2026 10:37:50
Уникальный программный ключ:
fa4f0f0f2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b2b

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины *"Б1.В.ДВ.04.01 Маркетинговые исследования в туризме"*

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)

Целями изучения дисциплины «Маркетинговые исследования в туризме» является формирование у обучающихся системы знаний основ методологии исследования туристического рынка и потребителей туристских услуг; развитие навыков эффективного использования набора маркетинговых исследований для решения поставленных целей и задач организации.

Достижение поставленных целей требует решения следующих задач:

- изучение методов маркетинговых исследований туристического рынка;

- сформировать у студентов представление об активных методах воздействия на рынок для разработки маркетинговой программы;

- развитие навыка самостоятельного проведения маркетинговых исследований на основе вторичной информации ;

- обеспечить высокий уровень подготовки, опирающийся на знания фундаментальных вопросов теории маркетинговых исследований, в соответствии с современными подходами в науке и практике маркетинга.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Маркетинговые исследования: содержание, функции, принципы проведения
Система маркетинговой информации
Исследование среды маркетинга туристской компании
Маркетинговые исследования туристического рынка
Маркетинговые исследования конкурентов
Маркетинговые исследования потребителей
Исследование маркетинговых коммуникаций.
Маркетинговая информационная система
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 принципов и методов организации маркетинговых исследований туристского рынка. Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Экономика», "Организация туристской деятельности", «Маркетинг в туризме",«Менеджмент в туризме», «Цифровые технологии в профессиональной деятельности» и др.

Дисциплина «Маркетинговые исследования в туризме» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Экономика и предпринимательство в сфере туризма», «Технологии туристской деятельности», «Реклама в туризме», "Инновации в туризме" 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 "Маркетинговые исследования в туризме" 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