Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 03.09.2024 13:10:38
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

рабочей программы учебной дисциплины *"Б1.В.ДВ.07.02 Стратегический маркетинг 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)

Цель изучения дисциплины «Стратегический маркетинг в туризме» -дать студентам представление о сущности и задачах стратегического маркетинга в туризме, его месте и значимости в современных условиях, о механизмах и методах стратегического маркетинга.

Задачи изучения дисциплины:

- охарактеризовать процесс стратегического маркетинга в туризме;
- сформулировать специфичные роли стратегического и операционного маркетинга;
- описать концепции, методы и приемы анализа, используемые стратегическим маркетингом в туризме;
- познакомиться с инструментами стратегического и операционного маркетинга;
- сформировать у студентов системно-ситуационное восприятие рыночных, отраслевых и организационных социально-экономических процессов для использования теоретических знаний на практике с наибольшей эффективностью;
- закрепить на практических занятиях теоретические знания по обоснованию и выбору рациональных стратегических маркетинговых решений в туристских предприятиях.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Концепция стратегического маркетинга в туризме
Принятие решений в стратегическом маркетинге
Стратегический маркетинговый анализ внешней среды турфирмы
Конкурентный анализ и оценка конкурентных преимуществ
Стратегический маркетинговый анализ внутренней среды туристского предприятия. Оценка возможностей турфирмы
Выбор и формирование конкурентных стратегий организации
Выбор и формирование маркетинговых стратегий турфирмы
Разработка комплекса маркетинговых стратегий
Маркетинг-аудит стратегического маркетинга
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 концепции стратегического маркетинга, который играет сегодня решающую роль в успехе экономической деятельности организации.. Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Экономика», «Маркетинг в туризме", «Менеджмент в туризме, "Цифровые технологии в профессиональной деятельности", "Маркетинговые исследования в туризме", "Технологии туристской деятельности", "Реклама в туризме" и др.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Стратегический маркетинг в туризме" применяются при прохождении преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать

следующими компетенциями:

ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		
ПКУВ-2.1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя		
принципы принятия и обоснования решений, направленных на достижение наибольшей эффективности работы современных предприятий сферы туризма; основные источники статистических данных экономического характера туристической сферы и принципы работы с ними	обосновывать управленческие, хозяйственные решения с учетом различных аспектов туризма и рационального использования всех видов информационных технологий в сфере туризма	экономическими методами обработки и анализа информации показателей деятельности туристского предприятия.
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		
ПКУВ-2.2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг		
способы расчета и анализа затрат при формировании стоимости туристских услуг.	проводить расчеты стоимости турпродукта; рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов	способностью формулировать аргументированные выводы на основе изучения теоретических и статистических данных в сфере экономики и ценообразования в туризме.
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		
ПКУВ-2.3 Участвует в разработке текущих и перпективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг		
методы расчета потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования	грамотно выполнять экономические расчеты эффективности деятельности предприятий; прогнозировать и рассчитывать потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах на краткосрочную и долгосрочную перспективу; оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей.	навыками разработки текущих и перспективных планов по реализации туристских продуктов.
ПКУВ-5: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоорентированных технологий		
ПКУВ-5 .3 Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания		
принципы и методы организации процессов обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий	организовывать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий	навыками организации процессов обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий
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.

Дисциплина "Стратегический маркетинг 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