

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 15:57:17

Уникальный идентификатор:

d74ce93cd40e93375e3ba2f58486412a1c8ef906

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины:	Маркетинг в международном туризме / Marketing in International Tourism
Содержание	Основные понятия маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга и современные маркетинговые концепции. Туристский продукт как основа туристского маркетинга. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды. Маркетинговые исследования потребителей. Процесс сегментирования в туризме. Микросреда туристского предприятия. Основные понятия маркетинговых стратегий. Ценовая политика туристского предприятия. Разработка сбытовой политики турфирмы. Коммуникационная политика предприятия. Контроль маркетинга туристского предприятия. Основные элементы комплекса маркетинга территорий. Современные средства продвижения туристских территорий. Формирование имиджа туристских территорий. Маркетинг городов и туристских центров. Маркетинг достопримечательностей. Международный маркетинг.
Реализуемые компетенции	ПК-8 -способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий; ПК-10 -способен работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения; ПК-11 -способен осуществлять анализ туристских ресурсов
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Код компетенции ПК-8 Знать: - теоретические основы маркетинга; - основные задачи маркетинга предприятий туристской индустрии; - составляющие маркетинговой среды предприятий туристской индустрии; - основные тенденции и направления маркетинговых исследований; - особенности маркетинга в туристской индустрии. Уметь: - оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности; - анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов); - использовать диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии. Владеть: - навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии; - навыками формирования туристских продуктов услуг, соответствующих запросам потребителей; - навыками создания новых туристских продуктов и услуг с

	использованием современных технологий методов проектирования. Код компетенции ПК-10 Знать: - принципы и структуру организации государственной статистики, современные тенденции развития статистического учета в РФ; - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления статистической информации в туризме; Уметь: - осуществлять поиск, собирать и регистрировать статистическую информацию, проводить первичную обработку и контроль точности материалов наблюдения; - систематизировать и представлять информацию в наглядном виде (в виде таблиц и графиков); - использовать источники финансовой, статистической и управленческой информации для решения поставленных задач; Владеть: - навыками сбора, систематизации, обработки, анализа статистической информации; - навыками организации проведения камеральных, полевых и других методов статистического наблюдения; - способами поиска, регистрации и анализа статистических данных; - способностью работать со статистической информацией при осуществлении рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения; Код компетенции ПК-11 Знать: - организацию и проведение маркетинговых исследований в туризме; - основы международного маркетинга; Уметь: - анализировать туристские ресурсы стран; - оценивать туристские ресурсы страны; Владеть: - способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристских ресурсов; - способностью осуществлять анализ туристских ресурсов
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Форма отчетности	Экзамен – 5 семестр
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Безрутенко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Безрутенко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — 978-5-394-01664-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75219.html 2. Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О.В. Шпырня. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — 978-5-93926-323-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/78034.html
Дополнительная	1. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный

литература	ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75218.html
------------	--