

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

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

Дата подписания: 21.05.2025 14:47:34

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки
Направленность (профиль)

43.03.02 Туризм
Управление впечатлениями в индустрии
гостеприимства

Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в семестре

2025
очная
5

Разработано

Доцент кафедры туризма и
гостиничного дела
Гарбузова Т. Г.

Пятигорск, 2025 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг в туризме» являются:

- сформировать у обучающегося представления о теоретической, методической и практической деятельности в области маркетинга в туристской индустрии;
- сформировать у обучающегося комплексное представление об основах маркетинга в туристской индустрии с учетом современных подходов к организации обслуживания.

Задачами освоения дисциплины являются:

- усвоить основные понятия в области маркетинговой деятельности;
- получить базовые представления о целях и задачах маркетинга, роли маркетинга в современном обществе;
- изучить содержание маркетинговой деятельности предприятий туристской индустрии;
- иметь представление о маркетинговой среде предприятий туристской индустрии;
- изучить элементы комплекса маркетинга туристского предприятия и уметь управлять ими;
- приобрести знания в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации;
- владеть прочными навыками проведения анализа и прогнозирования потенциала туристского рынка;
- владеть навыками использования маркетингового инструментария в туристской индустрии;
- владеть навыками работы с потребителями туристских услуг;
- проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг;
- получить навыки в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга туристского предприятия;
- приобрести умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций;
- уметь проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности туристского предприятия.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в туризме» относится к дисциплинам обязательной части. Ее освоение происходит в 5 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИД-1 ОПК-4 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Разрабатывает проекты в туристской деятельности, в том числе с применением современных информационных и коммуникативных технологий

	ИД-2 ОПК-4 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Разрабатывает проекты в туристской деятельности, в том числе с применением современных информационных и коммуникативных технологий
--	--	--

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е. 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	72
Лекции/из них практическая подготовка	36
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	36
Самостоятельная работа	36
Формы контроля	
Экзамен	36
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	Нет

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				Форма текущего контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Тема 1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга. Сущность и специфика маркетинга в туризме. Основные понятия маркетинга. Основные цели, задачи и принципы маркетинга.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
2.	Тема 2. Концепция маркетинга в туризме Развитие теории и практики маркетинга. Эволюция концепций управления на предприятиях туризма. Концепции маркетинга. Виды спроса и задачи маркетинга.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест

3.	Тема 3. Основные направления маркетинговых исследований в туризме Сущность, содержание и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
4.	Тема 4. Маркетинговые исследования конкурентов Конкурентная среда гостиничного предприятия. Элементы анализа конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
5.	Тема 5. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей. Характеристика процесса принятия решения о приобретении гостиничных услуг	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
6.	Тема 6. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка Понятие сегментации туристского рынка как деятельность по классификации потенциальных потребителей в соответствии с особенностями их спроса. Характеристика конкурентной среды туристского предприятия. Основные концепции маркетинговой деятельности.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
7.	Тема 7. Основные понятия маркетинговых стратегий. Виды маркетинговых стратегий. Глобальные маркетинговые стратегии. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
8.	Тема 8. Ценовая политика туристского предприятия. Процесс разработки ценовой политики туристского предприятия. Методы ценообразования. Ценовые стратегии туристского предприятия.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест

9.	Тема 9. Разработка сбытовой политики туристского предприятия. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников при распределении в туристской индустрии. Уровень канала распределения.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
10.	Тема 10. Коммуникационная политика предприятия. Основное содержание коммуникационной политики организации. Комплекс коммуникаций. Этапы разработки коммуникационной программы.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
11.	Тема 11. Контроль маркетинга туристского предприятия. Система контроля маркетинга. Цель аудита маркетинга. Принцип аудита маркетинга. Уровни контроля маркетинговой деятельности.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
12.	Тема 12. Формирование маркетинговой стратегии. Формирование, разработка и оценка эффективности маркетинговой стратегии. Основные задачи и компоненты маркетинговой стратегии, поэтапный процесс ее формирования. Оценка конкурентного преимущества предприятия на рынке, его сегментирование.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
13.	Тема 13. Маркетинговая среда туристского предприятия Понятие маркетинговой среды. Внутренняя и внешняя среда туристского предприятия. Внешняя среда маркетинга. Микросреда: поставщики, посредники, конкуренты, покупатели. Макросреда: стабильность политической системы рынка; жизненный уровень, покупательская способность общества; правовая законодательская система, защита окружающей природной среды, стандарты в области производства и потребления продукции.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест

14.	Тема 14. Маркетинговые мероприятия по продвижению туристского продукта Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций. Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
15.	Тема 15. Маркетинговые технологии в индустрии туризма Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма. Информационное обеспечение маркетинга в туризме.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
16.	Тема 16. Формирование коммуникационной политики в индустрии туризма. Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне. Планирование и организация рекламной кампании в гостеприимстве. Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туристской деятельности.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
17.	Тема 17. Особенности маркетинга отдельных сегментов индустрии туризма Формирование отношений с клиентами в туристской индустрии. Особенности маркетинга туристских предприятий.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
18.	Тема 18. Интерактивный маркетинг на предприятиях индустрии туризма Факторы, определяющие покупательское поведение. Модель покупательского поведения. Психология потребителя в маркетинге услуг: процесс принятия решения о покупке.	ОПК-4 ИД-1 ОПК-4 ИД-2	2	2	-	2	Собеседование, тест
	ИТОГО за 5 семестр		36	36	-	36	
	ИТОГО		36	36	-	36	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной литературы:

1. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М. Э. Сейфуллаева. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>

2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — 978-5-238-01519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81792.html> ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008> (07.11.2016).

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный 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>

2. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Лисевич А.В., Лунтова Е.В., Джалай М.А.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 68 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Маркетинг в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	http://biblioclub.ru - ЭБС «Университетская библиотека ОНЛАЙН»
2	http://www.iprbookshop.ru - ЭБС IPRbooks

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются

образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, Microsoft Teams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.