


Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг туристского продукта
по направлению Туризм (уровень бакалавриат)**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения маркетинговых исследований.

Задачи освоения дисциплины:

- вооружение студентов знаниями основ методологии, методов и научных понятий маркетинга;
- формирование практических навыков и умений применения научных методов в ходе маркетингового исследования, а также разработка программы и методики его проведения;
- развитие исследовательского мышления, творчества и интереса к эмпирическим исследованиям;
- формирование готовности к применению полученных знаний, навыков и умений исследовательской работы в практической деятельности менеджера;
- ознакомление с этическими нормами и правилами осуществления маркетингового исследования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП:

1. Дисциплина «Маркетинг туристского продукта» относится к обязательной части Б1.О.34.

Является предшествующей для дисциплин:

«Организация управления туристским предприятием», «Стандартизация и сертификация туристских услуг», «Бухгалтерский учет и налогообложение в туризме», «Реклама в туризме», «Связи с общественностью», «Теория экономического анализа», «Основы финансовой деятельности в туризме», «Государственная итоговая аттестация», «Инновации в туризме», Технологии продаж в туризме, Модели покупательского поведения, Преддипломная практика, Государственная итоговая аттестация.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:


ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовать продажи и продвижение туристского продукта

- **знать:** основные виды предпринимательской деятельности, приемы и способы маркетинг-микса, основы маркетинг-менеджмента, основные составляющие продукта, виды цен, основы рекламной деятельности;

- **уметь:** пользоваться инструментарием маркетинга, рассчитывать цену на товары, работы и услуги; определять основные составляющие социальной рекламы;

ИД-1 опк4 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов.

ИД-2 опк4 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

- владеть, иметь опыт: основных обязанностей профессии специалиста по маркетингу, применения теоретических знаний дисциплины в практической деятельности.

ИД-3 опк Организует продажи туристского продукта, рассчитывая цену на товары, работы и услуги;

ПК-3 способен к обеспечению стандартов качества и норм безопасности комплексного туристского обслуживания

знать: структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов;

теорию организации обслуживания;

основные технологии, используемые при продаже и предоставлении услуг;

формы и виды обслуживания;

структурный анализ эффективности организации обслуживания предприятия сферы сервиса;

специфику обслуживания потребителей в «контактной зоне»;

ИД-1пкз Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.

уметь: применять на практике теоретические знания по организации обслуживания потребителей и (или) туристов в сфере сервисной деятельности;

ИД-2пкз Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания.

ИД-3пкз Обеспечивает соблюдение стандартов качества и норм безопасности в процессе комплексного туристского обслуживания клиентов

владеть: методами и технологиями организации процесса обслуживания потребителей и (или) туристов

4.Общая трудоемкость дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия, семинарские занятия, электронные презентации, дискуссии, кейс технология, игровая технология, работа в малых группах.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: составление глоссария, разбор конкретных ситуаций, компьютерные презентации, написание эссе, подготовка индивидуальных и групповых проектов, портфолио.

6.Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный контроль, выполнение тестовых заданий, защита практических работ, докладов

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.