

	<p>Министерство культуры Российской Федерации</p>
	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»</p>
	<p>Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в экскурсионной деятельности»</p>

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Направление	43.03.02 Туризм
Направленность	Организация экскурсионных услуг
Кафедра:	туризма и социально-культурного сервиса
Зав. кафедрой:	Лескова Г.А.
Исполнено	Лесковым А.С.
Факультет:	социально-культурных технологий
Форма обучения:	очная, заочная
Объем в зач. ед.:	5
Форма промежуточной аттестации:	экзамен

Санкт-Петербургский государственный институт культуры		Стр. 2 из 2
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ В ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»	Версия:	1

Дисциплина «Маркетинг в экскурсионной деятельности» посвящена рассмотрению основных направлений маркетинговой деятельности экскурсионных компаний.

Курс предполагает выработать у студентов представления о маркетинговой стратегии в экскурсионном деле, об организации маркетинговых исследований туристско-экскурсионного рынка.

Особое внимание уделяется экскурсии как форме маркетинговой коммуникации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

ПК-7 - способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг;

ПК-8 - готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме.

Темы занятий:

1. Теоретические основы и концепция туристского маркетинга: отличительные особенности маркетинга экскурсионных услуг;
2. Сущность, содержание и концепция туристского маркетинга экскурсионных услуг;
3. Элементы комплекса туристско-экскурсионного маркетинга;
4. Комплексное маркетинговое исследование туристско-экскурсионного рынка;
5. Маркетинговые исследования конкурентов;
6. Маркетинговые исследования потребителей туристско-экскурсионных услуг;
7. Основы сегментации рынка экскурсионных услуг;
8. Формирование маркетинговой стратегии экскурсионной компании;
9. Маркетинговая продуктовая стратегия экскурсионной компании;
10. Маркетинговая ценовая стратегия экскурсионной компании;
11. Маркетинговая сбытовая стратегия экскурсионной компании;
12. Экскурсия как форма маркетинговой коммуникаций;
13. Экскурсия как продающий текст;
14. Фирменный стиль экскурсионной компании;
15. Система маркетинговой информации экскурсионной компании;
16. Контролинг в системе экскурсионного маркетинга;

Образовательные технологии: подготовка и представление доклада, семинары с элементами дискуссии, ситуационные задачи, тестирование.

Согласовано:
Начальник
учебно-методического управления



А.Н. Миронова