



Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный институт культуры»

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в туристской деятельности»

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ 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-Петербург
2016

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

Дисциплина «Маркетинг в туристской деятельности» посвящена рассмотрению основных направлений маркетинговой деятельности туристских предприятий.

Курс предполагает выработать у студентов представления о маркетинговой стратегии в туристской индустрии, об организации маркетинговых исследований туристического рынка, о маркетинговых коммуникациях.

Особое внимание уделяется организации маркетинговых исследований туристского рынка.

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;
2. Сущность, содержание и концепция туристского маркетинга;
3. Элементы комплекса туристского маркетинга;
4. Комплексное маркетинговое исследование туристского рынка;
5. Маркетинговые исследования конкурентов;
6. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг;
7. Основы сегментации рынка туристских услуг;
8. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия;
9. Маркетинговая продуктовая стратегия туристского предприятия;
10. Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия;
11. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия;
12. Реклама и PR в комплексе маркетинговых коммуникаций;
13. Фирменный стиль туристского предприятия;
14. Система маркетинговой информации туристского предприятия;
15. Контролинг в системе маркетинга туристского предприятия;
16. Специфика международного маркетинга в России.

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

Согласовано:
Начальник
учебно-методического управления



А.Н. Миронова