

Б1.В.ДВ.02.01 Маркетинговые исследования в туризме

Объем дисциплины (модуля) 6 ЗЕТ (216 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - выработка представления о маркетинговой стратегии в туризме, освоение принципов организации маркетинговых исследований туристского рынка.

Задачи дисциплины: освоение методов организации маркетинговых коммуникаций, развитие и закрепление их знания при разработке маркетинговых мероприятий по реализации турпродукта; формирование умений изучения требований туристов; формирование навыков в сфере освоения технологии мониторинга рынка туристских услуг и продвижения туристского продукта.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-5: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий

ПК-5.3: Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания

ПК-5.2: Изучает требования туристов, анализирует мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

ПК-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

ПК-6.2: Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний

ПК-6.1: Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: сущность маркетинговой стратегии в туризме, принципы организации маркетинговых исследований туристского рынка; методы организации маркетинговых коммуникаций

Уметь: применять методы организации маркетинговых коммуникаций при разработке маркетинговых мероприятий по реализации турпродукта; изучать требования туристов

Владеть: технологией мониторинга рынка туристских услуг и продвижения туристского продукта

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Методология маркетинговых исследований

Раздел 2. Маркетинговая информация

Раздел 3. Анализ и оценка привлекательности рынков