

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства»

Учебный курс «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма».

Дисциплина «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» включена в состав вариативных дисциплин блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 18 часов с использованием МАО), самостоятельная работа студентов (180 часов, в том числе для подготовки к экзамену 36 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Критическое мышление и исследования», «Экономика и управление: адаптационный курс», «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Планирование в туризме и гостеприимстве», «Экономика впечатлений в сервисе».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

1. Теоретические и практические аспекты маркетинговой деятельности в туризме и гостеприимстве.
2. Понятие маркетингового инструментария. Методы, виды, формы организации маркетинговых исследований.
3. Особенность проведения маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства.

Цель – формирование у студентов специальных компетенций в области

организации маркетингового управления в индустрии туризма и гостеприимства.

Задачи:

- сформировать понятийный аппарат, составляющий основу проведения маркетинговых исследований;
- изучить основные маркетинговые инструменты;
- овладеть основными методами проведения маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- готовность использовать современные методы маркетинга для управления в сфере туризма и гостеприимства.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК- 4 способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии	Знает	основы проведения маркетинговых исследований
	Умеет	осуществлять на практике мониторинг и оценку эффективности процессов в туристской индустрии
	Владеет	навыками разработки эффективных управленческих решений в туристской индустрии
ПК- 6 способность к внедрению современной	Знает	нормативно-правовую базу стандартизации в туристской индустрии

системы стандартизации в туристской индустрии	Умеет	применять знания по стандартизации в сфере туризма в практической деятельности
	Владеет	навыками оценки уровня внедрения стандартизации в работу туристских организаций
ПК- 13 готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций, публичных выступлений и обсуждений	Знает	основы проведения научных методов исследований
	Умеет	формировать научные отчеты, оформлять результаты прикладных разработок, готовить научные доклады, рефератов, публикации
	Владеет	навыками публичных выступлений и обсуждений результатов научного исследования в сфере туризма и гостеприимства

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: учебная дискуссия.