

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве»

Учебный курс «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм магистерская программа магистерская программа «Индустрия туризма и гостеприимства / International Tourism & Hospitality».

Дисциплина «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» включена в состав блока «Дисциплины по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе магистратуры в 3 семестре.

Дисциплина «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Дизайн туризма», «Финансовый менеджмент», «Управленческая экономика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Emotional Economics (Экономика впечатлений)», «Research Methods (Методы исследования)», прохождению производственной практики.

Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель – сформировать у студентов общепрофессиональные и профессиональные компетенции 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.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплине «Маркетинговое управление в туризме и гостеприимстве» обеспечивает формирование у выпускника следующей общепрофессиональной компетенции и индикаторов их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенции	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Организационно-управленческий	ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ОПК-4.1 Анализирует состояние рынка туристских услуг
		ОПК-4.2 Выявляет приоритеты и разрабатывает стратегические направления туристской деятельности в регионе
		ОПК-4.3 Организует разработку стратегий развития туризма

Профессиональная компетенция выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Организационно-управленческий	Предприятия туристского комплекса	ПК-3 Способен разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-правовую документацию	ПК-3.1 Знает нормативно-правовую базу организации туризма.	Знание основ проведения проектной деятельности в туризме.
			ПК-3.2 Владеет методами выявления приоритетных направлений проектирования в туризме.	
			ПК-3.3 Разрабатывает проекты в сфере туризма.	

Тип задач профессиональной деятельности: аналитическая и управленческая деятельность в сфере гостеприимства.