

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра менеджмента и отраслевой экономики

УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики
и менеджмента

_____ В.В. Шипунова

подпись

« _____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг туристических услуг и гостеприимства

43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

(направленность (профиль): «Туроператорские и турагентские услуги»)

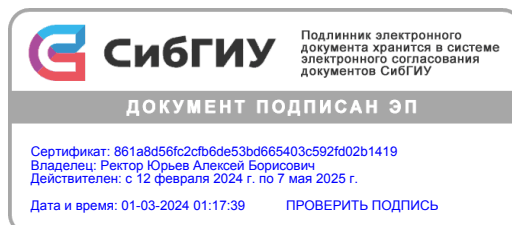
Квалификация выпускника
Специалист по туризму и гостеприимству

Форма обучения
Очная форма

Срок обучения: 1 год 10 месяцев

Год начала подготовки 2023

Новокузнецк
2023



1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

- являются ознакомление обучающихся с принципами, функциональными задачами и стратегиями маркетинга туристской фирмы, принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий в сфере туризма.

Задачами учебной дисциплины являются:

- Использовать различные методы поиска информации для проведения маркетинговых исследований и принятия решений в маркетинговой политике предприятия туризма и гостеприимства;
- Оценивать маркетинговые исследования с точки зрения создания предпринимательского проекта в сфере туризма и гостеприимства.;
- Уметь составлять маркетинговый план как часть бизнес плана предпринимательского проекта в сфере туризма и гостеприимства.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по специальности

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам общепрофессионального цикла ООП по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

- Управление человеческими ресурсами предприятий туризма и гостеприимства;
- Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве;
- Основы финансовой грамотности.

Учебная дисциплина дополняет умения и знания, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

- Организация и технологии работы служб предприятий туризма и гостеприимства;
- Технология и организация турагентской деятельности;
- Страхование и риски в туризме.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общие компетенции

– ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

– ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

– ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

– ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

– ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь, знать:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать
ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 09.	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий; определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии,	теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии, актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; современную научную и профессиональную терминологию; возможные

	применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности, продвигать туристские продукты и услуги, соответствующие требованиям потребителей, исследовать рынок туристских услуг, навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии	траектории профессионального развития и самообразования; психологию коллектива психологию личности; основы проектной деятельности; особенности социального и культурного контекста;
--	---	---

4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебная деятельность обучающихся предусматривает учебные занятия (лекция, практическое занятие, консультация), самостоятельную работу, а также другие виды учебной деятельности, определенные учебным планом и календарным планом воспитательной работы.

Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		3 семестр
Форма промежуточной аттестации	ИТОГО	<i>экзамен</i>
Трудоёмкость, <i>академ. час.</i>	107	<i>107</i>
Лекции, <i>академ. час.</i>	26	<i>26</i>
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>
Лабораторные работы, <i>академ. час.</i>	0	<i>0</i>
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>
Практические занятия, <i>академ. час.</i>	26	<i>26</i>
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>
Курсовая работа / проект, <i>академ.</i>	0	<i>0</i>

час.		
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>
Консультации, <i>академ. час.</i>	1	<i>1</i>
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>	48	<i>48</i>
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>
Контроль, <i>академ. час.</i>	6	<i>6</i>
в форме практической подготовки	0	<i>0</i>

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Общая характеристика и особенности туристического бизнеса. Современный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства (Основные понятия и специфика маркетинговой политики в области туризма. Общее понятие о туристском маркетинге. Цели и принципы маркетинга. Функциональные задачи маркетинга в туризме.);

Раздел 2 Процесс управления маркетингом в индустрии туризма (Стратегия и тактика маркетинга в туризме. Управление маркетингом в туристской индустрии. Концепции управления маркетингом. Понятие продукта в индустрии туризма. Классификация и характеристика различных видов туристического продукта);

Раздел 3 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии (Роль и значение маркетинговых исследований в туризме. Виды маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Сбор и анализ маркетинговой информации в туристическом бизнесе. Использование полученных материалов для для повышения конкурентоспособности туристических компаний. Позиционирование в сфере туризма и гостеприимства);

Раздел 4 Сегментация туристического рынка. Формирование ассортиментной политики предприятий туристской индустрии (Сегментация туристского рынка. Понятие и значение сегментации рынка туристских

услуг. Характеристика принципов и методов сегментации, основные критерии сегментации. Формирование оптимальной ассортиментной политики в туристических компаниях с точки зрения сегментации рынка. Формирование ценовой политики с точки зрения сегментации рынка туристических услуг и потребителей. Разработка ценовой политики в туризме. Цели и методы ценообразования. Виды скидок на туристские услуги. Цены на новые и уже имеющиеся услуги туристской индустрии. Товарная стратегия в туризме. Общее понятие о товаре (услуге) в маркетинге. Классификация туристских услуг. Теория жизненного цикла услуг. Сервис услуг в туризме.);

Раздел 5 Формирование сбытовой политики предприятий туристской индустрии (Общее понятие о сбытовой политике в туристской индустрии. Методы сбыта в туризме. Система товародвижения и её элементы. Построение системы продаж турпродукта, организация работы с агентскими сетями. Система постпродажного обслуживания в туристическом бизнесе.);

Раздел 6 Формирование коммуникационной политики предприятий туристской индустрии (Коммуникационная политика в туризме. Реклама, пропаганда, личные продажи, ПР в туристской индустрии. Формирование положительного имиджа туристского предприятия. Маркетинг микс.).

5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	Темы лекций	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	Общая характеристика и особенности туристического бизнеса. Современный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства	2	
Раздел 2.	Процесс управления маркетингом в индустрии туризма	2	
Раздел 3.	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	6	
Раздел 4.	Сегментация туристического рынка. Формирование ассортиментной политики предприятий туристской индустрии	6	

Раздел 5.	Формирование сбытовой политики предприятий туристской индустрии	6	
Раздел 6.	Формирование коммуникационной политики предприятий туристской индустрии	4	
Итого:		26	0

6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	Темы практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	Роль и место маркетинга в отрасли туризма и гостеприимства.	2	
Раздел 2.	Стратегия и тактика маркетинга в туризме	2	
Раздел 3.	Маркетинговая информационная система. Этапы проведения маркетингового исследования. Проведение маркетингового исследования в сфере туризма и гостеприимства	6	
Раздел 4.	Критерии сегментации продукта и потребителей в сфере туризма. Позиционирование туристического продукта. Формирование уникального торгового предложения.	6	
Раздел 5.	Формирование плана сбыта туристического продукта. Разработка плана продаж. Мотивация торгового персонала	6	
Раздел 6.	Определение основных коммуникационных каналов для продвижения туристического продукта. Формирование коммуникационной кампании по продвижению туристического продукта.	4	
Итого:		26	0

7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	Темы лабораторных работ	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
	<i>Отсутствуют</i>		
Итого:		0	0

8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	Темы курсовых работ (проектов)	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
	<i>Отсутствуют</i>		
Итого:		0	0

9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	4	
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	4	
Раздел 3.	1. Выполнение домашнего задания; 2. Изучение лекционного материала; 3. Подготовка к практическому занятию.	10	
Раздел 4.	1. Выполнение домашнего задания; 2. Изучение лекционного материала; 3. Подготовка к практическому занятию.	10	
Раздел 5.	1. Выполнение домашнего задания; 2. Изучение лекционного материала;	10	

	3. Подготовка к практическому занятию.		
Раздел 6.	1. Выполнение домашнего задания; 2. Изучение лекционного материала; 3. Подготовка к практическому занятию.	10	
	<i>Консультации</i>	1	
<i>Контроль</i>	<i>Подготовка к экзамену</i>	6	
Итого:		55	0

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) основная литература:

1 Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для спо / В.Г. Шубаева, И.О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 120 с. – ISBN 978-5-534-10550-6. – URL: <https://urait.ru/bcode/517928> (дата обращения: 23.05.2023);

2 Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для спо. – 4-е изд., пер. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 242 с. – ISBN 978-5-534-15811-3. – URL: <https://urait.ru/bcode/510132> (дата обращения: 23.05.2023);

3 Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для спо. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 208 с. – ISBN 978-5-534-10551-3. – URL: <https://urait.ru/bcode/517926> (дата обращения: 23.05.2023).

б) дополнительная литература:

1 Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для спо. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 336 с. – ISBN 978-5-534-15827-4. – URL: <https://urait.ru/bcode/509831> (дата обращения: 23.05.2023);

2 Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для спо. – Москва : Юрайт, 2023. – 165 с. – ISBN 978-5-534-02282-7. – URL: <https://urait.ru/bcode/513722> (дата обращения: 23.05.2023);

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1 Консультант студента : электронно-библиотечная система / ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА». – Москва, [200 –]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

2 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [коллекция «Инженерно-технические науки»] / ООО «Издательство ЛАНЬ». – Санкт-

Петербург, [200 –]. – URL: <http://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

3 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 –]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: по подписке;

4 Национальная электронная библиотека (НЭБ) : информационная система / ФГБУ «РГБ». – Москва, [2015 –]. – URL: <http://rusneb.ru>. – Режим доступа: по подписке;

5 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Москва, [200 –]. – URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 –]. – URL: <https://biblioclub.ru>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: <http://www.biblioclub.ru>;

7 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 –]. – URL: <http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: <https://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp>;

8 Электронные периодические издания ИВИС : универсальная база данных / ООО «ИВИС». – Москва, [200 –]. – URL: <http://eivis.ru>. – Режим доступа: по подписке;

9 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 –]. – URL: <http://libr.sibsiu.ru>. – URL: <https://libr.sibsiu.ru>.

г) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- 7-Zip;
- ABBYY FineReader;
- Microsoft Office.

д) базы данных и информационно-справочные системы:

1 ГАРАНТ : справочно-правовая система / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

11 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных учебным планом, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов, научно-техническую библиотеку СибГИУ.

Кабинет «Основ маркетинга». Специализированная мебель и системы хранения. Основное оборудование (посадочные места по количеству обучающихся, доска учебная, дидактические пособия, программное обеспечение, видеофильмы по различным темам, рабочее место преподавателя. Технические средства. Основное оборудование (видеооборудование (мультимедийный проектор с экраном или телевизор, или плазменная панель), экран, проектор, магнитная доска, компьютеры по количеству посадочных мест, профессиональные компьютерные программы).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО по направлению подготовки (специальности) 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Составитель(и):

доцент Лашкова Елена Григорьевна (кафедра менеджмента и отраслевой экономики).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры менеджмента и отраслевой экономики.

Приложение

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Маркетинг туристических услуг и гостеприимства»

по направлению подготовки (специальности)

43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

(направленность (профиль): «Туроператорские и турагентские услуги»)

форма обучения – Очная форма

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

- являются ознакомление обучающихся с принципами, функциональными задачами и стратегиями маркетинга туристской фирмы, принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий в сфере туризма.

Задачами учебной дисциплины являются:

- Использовать различные методы поиска информации для проведения маркетинговых исследований и принятия решений в маркетинговой политике предприятия туризма и гостеприимства;
- Оценивать маркетинговые исследования с точки зрения создания предпринимательского проекта в сфере туризма и гостеприимства.;
- Уметь составлять маркетинговый план как часть бизнес плана предпринимательского проекта в сфере туризма и гостеприимства.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам общепрофессионального цикла ООП по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

- Управление человеческими ресурсами предприятий туризма и гостеприимства;
- Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве;
- Основы финансовой грамотности.

Учебная дисциплина дополняет умения и знания, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

- Организация и технологии работы служб предприятий туризма и гостеприимства;
- Технология и организация турагентской деятельности;
- Страхование и риски в туризме.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общие компетенции

- ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
- ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
- ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
- ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
- ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь, знать:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать
ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 09.	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и	теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии, актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для

	<p>последствия своих действий; определять актуальность норматив-но-правовой документации в профессиональной деятельности; оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности, продвигать туристские продукты и услуги, соответствующие требованиям потребителей, исследовать рынок туристских услуг, навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии</p>	<p>решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; современную научную и профессиональную терминологию; возможные траектории профессионального развития и самообразования; психологию коллектива психологию личности; основы проектной деятельности; особенности социального и культурного контекста;</p>
--	--	---

4 Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		3 семестр
Форма промежуточной аттестации	ИТОГО	<i>экзамен</i>
Трудоёмкость, <i>академ. час.</i>	107	107
Лекции, <i>академ. час.</i>	26	26
в форме практической подготовки	0	0
Лабораторные работы, <i>академ. час.</i>	0	0
в форме практической подготовки	0	0
Практические занятия, <i>академ. час.</i>	26	26
в форме практической подготовки	0	0

Курсовая работа / проект, <i>академ. час.</i>	0	0
в форме практической подготовки	0	0
Консультации, <i>академ. час.</i>	1	1
в форме практической подготовки	0	0
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>	48	48
в форме практической подготовки	0	0
Контроль, <i>академ. час.</i>	6	6
в форме практической подготовки	0	0

5 Краткое содержание учебной дисциплины

В структуре учебной дисциплины выделяются следующие основные разделы (темы):

Раздел 1 Общая характеристика и особенности туристического бизнеса. Современный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства (Основные понятия и специфика маркетинговой политики в области туризма. Общее понятие о туристском маркетинге. Цели и принципы маркетинга. Функциональные задачи маркетинга в туризме.);

Раздел 2 Процесс управления маркетингом в индустрии туризма (Стратегия и тактика маркетинга в туризме. Управление маркетингом в туристской индустрии. Концепции управления маркетингом. Понятие продукта в индустрии туризма. Классификация и характеристика различных видов туристического продукта);

Раздел 3 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии (Роль и значение маркетинговых исследований в туризме. Виды маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Сбор и анализ маркетинговой информации в туристическом бизнесе. Использование полученных материалов для для повышения конкурентоспособности туристических компаний. Позиционирование в сфере туризма и гостеприимства);

Раздел 4 Сегментация туристического рынка. Формирование ассортиментной политики предприятий туристской индустрии

(Сегментация туристского рынка Понятие и значение сегментации рынка туристских услуг. Характеристика принципов и методов сегментации, основные критерии сегментации. Формирование оптимальной ассортиментной политики в туристических компаниях с точки зрения сегментации рынка. Формирование ценовой политики с точки зрения сегментации рынка туристических услуг и потребителей. Разработка ценовой политики в туризме. Цели и методы ценообразования. Виды скидок на туристские услуги. Цены на новые и уже имеющиеся услуги туристской индустрии. Товарная стратегия в туризме. Общее понятие о товаре (услуге) в маркетинге. Классификация туристских услуг. Теория жизненного цикла услуг. Сервис услуг в туризме.);

Раздел 5 Формирование сбытовой политики предприятий туристской индустрии (Общее понятие о сбытовой политике в туристской индустрии. Методы сбыта в туризме. Система товародвижения и её элементы. Построение системы продаж турпродукта, организация работы с агентскими сетями. Система постпродажного обслуживания в туристическом бизнесе.);

Раздел 6 Формирование коммуникационной политики предприятий туристской индустрии (Коммуникационная политика в туризме. Реклама, пропаганда, личные продажи, ПР в туристской индустрии. Формирование положительного имиджа туристского предприятия. Маркетинг микс.).

6 Составитель(и):

доцент Лашкова Елена Григорьевна (кафедра менеджмента и отраслевой экономики).