

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»)

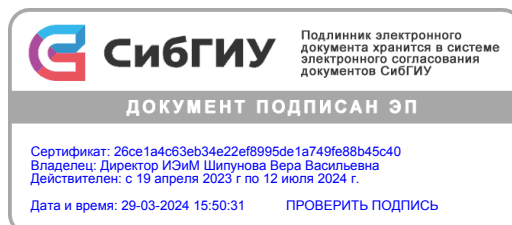
Квалификация выпускника  
Специалист по туризму и гостеприимству

Форма обучения  
Очная форма

Срок обучения: 1 год 10 месяцев

Год начала подготовки 2024

Новокузнецк  
2024



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

час.		
в форме практической подготовки	<b>0</b>	<i>0</i>
Консультации, <i>академ. час.</i>	<b>1</b>	<i>1</i>
в форме практической подготовки	<b>0</b>	<i>0</i>
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>	<b>48</b>	<i>48</i>
в форме практической подготовки	<b>0</b>	<i>0</i>
Контроль, <i>академ. час.</i>	<b>6</b>	<i>6</i>
в форме практической подготовки	<b>0</b>	<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	
<b>Итого:</b>		<b>26</b>	<b>0</b>

## 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	
<b>Итого:</b>		<b>26</b>	<b>0</b>

## 7 Перечень тем лабораторных работ

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

## 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>		
<b>Итого:</b>		<b>0</b>	<b>0</b>

## 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	
<b>Итого:</b>		<b>55</b>	<b>0</b>

## 10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

### а) основная литература:

1 Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — URL: <https://urait.ru/bcode/542266> (дата обращения: 27.03.2024);

2 Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/535175> (дата обращения: 27.03.2024);

3 Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/542264> (дата обращения: 27.03.2024).

### б) дополнительная литература:

1 Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16986-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/541641> (дата обращения: 27.03.2024);

2 Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва : Юрайт, 2024. — 165 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/538453> (дата обращения: 27.03.2024);

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

5 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>;

6 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>;

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

8 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;
- Adobe Acrobat Reader;
- Astra Linux Special Edition;
- Kaspersky Endpoint Security;
- Microsoft Office;
- Microsoft Windows;
- OnlyOffice;
- Р7-Офис.

**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).

Не задана информация о рассмотрении и утверждении.

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

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