

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 2025.01.15
Уникальный программный ключ:
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

Министерство науки и высшего образования РФ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Дагестанский государственный технический университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина **Маркетинг в туристской индустрии**
наименование дисциплины по ОПОП

для направления **43.03.02 Туризм**
код и полное наименование направления (специальности)

по профилю **Технология и организация туроператорских
и турагентских услуг**

факультет **технологический**
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра **экономики и управления**
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Форма обучения **очная**, курс **III** семестр (ы) **6**.
очная, очно-заочная, заочная

г. Махачкала 2025

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.02 Туризм с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению и профилю подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг.

Разработчик _____
подпись

Сулейманова М.Г., к.э.н.
(ФИО уч. степень, уч. звание)

«10» 12 2025 г.

Зав. кафедрой, за которой закреплена дисциплина

подпись

Шабанова М.М., д.э.н., профессор
(ФИО уч. степень, уч. звание)

«10» 12 2025 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры гуманитарных наук

от «11» 12 2025 года, протокол № 4.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению

✓ _____
подпись
✓ «11» 12 ✓ 2025 г.

Булатов А.Г., д.и.н., профессор
(ФИО уч. степень, уч. звание)

Программа одобрена на заседании Методической комиссии направления 43.03.02 Туризм факультета технологического

от «17» 12 2025 года, протокол № 4.

Председатель Методического совета факультета

подпись
«17» 12 2025 г.

Ибрагимова Л.Р., к.т.н., доцент
(ФИО уч. степень, уч. звание)

Декан факультета _____
подпись

Азимова Ф.Ш.
ФИО

Начальник УО _____
подпись

Мусаева Л.Н.
ФИО

Проректор
по учебной работе _____
подпись

Демирова А.Ф.
ФИО

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» является формирование у студентов маркетингового мировоззрения, получения ими базовых знаний в области маркетинговой политики компаний. Задачами учебного курса является знакомство учащихся с основными положениями теории маркетинга, обучение их приемам и методам функционального маркетинга, ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации, подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.

Задачи дисциплины:

- изучение комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- изучение элементов комплекса маркетинга и управление ими;
- овладение навыками использования маркетингового инструментария в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной обязательной части учебного плана направления 43.03.02 Туризм, профиль «Социокультурный сервис».

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате изучения дисциплин «Экономика», «Менеджмент в туристской индустрии».

Знания и навыки, полученные в рамках дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии», необходимы для обобщения знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих направленность (профиль) программы бакалавриата и направлены для последующего изучения профильных дисциплин. Результаты освоения дисциплины также могут быть использованы при выполнении бакалаврской работы и в профессиональной деятельности.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование показателя оценивания (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов ОПК-4.2. Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет

4. Объем и содержание дисциплины (модуля)

Форма обучения	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость по дисциплине (ЗЕТ/ в часах)	4/144		
Семестр	6		
Лекции, час	17		
Практические занятия, час	17		
Лабораторные занятия, час	-		
Самостоятельная работа, час	74		
Курсовой проект (работа), РГР, семестр	-		
Зачет (при заочной форме 4 часа отводится на контроль)	-		
Часы на экзамен (при очной, очно-заочной формах 1 ЗЕТ – 36 часов , при заочной форме 9 часов отводится на контроль)	Экзамен 1 ЗЕТ – 36 часов		

4.1.Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Раздел дисциплины, тема лекции и вопросы	Очная форма				Очно-заочная форма				Заочная форма			
		ЛК	ПЗ	ЛБ	СР	ЛК	ПЗ	ЛБ	СР	ЛК	ПЗ	ЛБ	СР
1	Лекция 1 Тема: «Маркетинг как рыночная концепция управления». 1. Понятие, цели и принципы маркетинга 2. Этапы развития маркетинга. 3. Концепции маркетинга 4. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). 5. Функции маркетинга. 6. Виды и формы маркетинга. 7. Современная концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии	2	2		6								
2	Лекция 2 Тема: «Информационные основы маркетинга» 1. Понятие и состав системы маркетинговой информации. 2. Цели и объекты маркетинговых исследований. 3. Процесс маркетингового исследования. 4. Типы маркетинговой информации и источники ее получения 5. Методы проведения маркетинговых исследований: опрос, наблюдение, эксперимент 6. Маркетинговые исследования конкурентной среды туристского предприятия 7. Бенчмаркинг	2	2		6								

3	Лекция 3 Тема: «Маркетинговая среда туристского предприятия» 1. Понятие и состав маркетинговой среды туристского предприятия 2. Микросреда маркетинга и ее составляющие. 3. Факторы макросреды и их характеристика. 4. Внутренняя среда туристского предприятия. 5. Методы анализа маркетинговой среды: SWOT- анализ. PEST- анализ	2	2		6								
4	Лекция 4 Тема: «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара» 1. Виды рыночных стратегий в зависимости от степени охвата рынка 2. Понятие и критерии сегментации туристского рынка 3. Признаки сегментирования рынка 4. Отбор целевых рынков. 5. Позиционирование туристского продукта на рынке 6. Разработка комплекса маркетинга для туристского предприятия.	2	2		6								
5	Лекция 5 Тема: «Продуктовая политика туристской фирмы» 1. Цели и задачи товарной политики 2. Понятие и уровни товара 3. Понятие и особенности услуг. 4. Классификация товаров и услуг 5. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Продуктовый портфель турфирмы 6. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. 7. Процесс разработки нового товара. 8. Конкурентоспособность и качество товара.	2	2		10								

6	Лекция 6 Тема: «Ценовая политика туристской фирмы» 1. Понятие и функции цены 2. Система цен и их классификация 3. Структура цены. 4. Процесс ценообразования. 5. Методы ценообразования 6. Стратегии ценообразования.	2	2		10								
7	Лекция 7 Тема: «Сбытовая политика туристского предприятия» 1. Сущность, цели и функции сбытовой политики 2. Структура и типы каналов распределения. 3. Виды посредников. 4. Оптовая торговля. 5. Розничная торговля 6. Процесс товародвижения. 7. Формирование сбытовой стратегии туристского предприятия 8. Маркетинговая логистика.	2	2		10								
8	Лекция 8 Тема: «Коммуникационная политика туристской фирмы» 1. Понятие и задачи маркетинговых коммуникаций. 2. Виды продвижения и план продвижения. 3. Этапы разработки эффективной коммуникации 4. Реклама как средство коммуникации 5.Связи с общественностью (Public Relations) в системе маркетинговых коммуникаций 6. Персональные продажи и прямой маркетинг. 7. Стимулирование сбыта.	2	2		10								

9	Лекция 9 Тема: «Стратегия, планирование, контроль маркетинга» 1. Стратегии роста фирмы 2. Модели, используемые для принятия стратегических решений (матрица Ансоффа, матрица БКГ, матрица GE, модель М.Портера) 3. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки 4. Планирование маркетинг-микса туристской фирмы 5. Контроль маркетинга.	1	1		10								
Форма текущего контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре)		Входная контр. работа 1 аттестация 1-3 тема 2 аттестация 4-5 тема 3 аттестация 6-8 тема											
Форма промежуточной аттестации (по семестрам)		Экзамен (1 ЗЕТ – 36 ч)											
Итого		17	17		74								

4.2.1 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов			Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
			Очно	Очно-заочно	Заочно	
1	2	3	4	5	6	7
1.	1	Маркетинг как концепция управления современным производством	2			1-6
2.	2	Система маркетинговой информации	2			1-6
3.	3	Маркетинговая среда туристского предприятия	2			1-6
4.	4	Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара	2			1-6
5.	5	Продуктовая политика туристской фирмы	2			1-6
6.	6	Ценовая политика туристской фирмы	2			1-6
7.	7	Сбытовая политика туристского предприятия	2			1-6
8.	8	Коммуникационная политика фирмы	2			1-6
9.	9	Стратегия, планирование, контроль маркетинга	1			1-6
ИТОГО			17			

4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины			Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
		Очно	Очно-заочно	Заочно		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Виды маркетинга. Современная концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии.	6			1-6	Реферат
2.	Маркетинговые исследования конкурентной среды туристского предприятия Бенчмаркинг	6			1-6	Доклад

3.	Методы анализа маркетинговой среды: PEST- анализ, SWOT-анализ.	6			1-6	Доклад
4.	Позиционирование товара на рынке	6			1-6	Доклад
5.	Процесс разработки нового товара Конкурентоспособность и качество товара.	10			1-6	Доклад
6.	Стратегии ценообразования	10			1-6	Реферат
7.	Процесс товародвижения. Маркетинговая логистика.	10			1-6	Доклад
8.	Персональные продажи и прямой маркетинг. Стимулирование сбыта.	10			1-6	Реферат
9.	Планирование маркетинг-микса туристской фирмы. Контроль маркетинга	10			1-6	Доклад
ИТОГО		74				

5. Образовательные технологии

В рамках курса «Маркетинг в туристской индустрии» уделяется особое внимание установлению межпредметных связей, демонстрации возможности применения полученных знаний в практической деятельности.

В лекционных занятиях используются следующие инновационные методы:

- **групповая форма обучения** - форма обучения, позволяющая обучающимся эффективно взаимодействовать в микрогруппах при формировании и закреплении знаний;
- **компетентностный подход к оценке знаний** - это подход, акцентирующий внимание на результатах образования, причем в качестве результата рассматривается не сумма усвоенной информации, а способность человека действовать в различных проблемных ситуациях;
- **личностно-ориентированное обучение**- это такое обучение, где во главу угла ставится личность обучаемого, ее самобытность, самооценку, субъективный опыт каждого сначала раскрывается, а затем согласовывается с содержанием образования;
- **междисциплинарный подход**- подход к обучению, позволяющий научить студентов самостоятельно «добывать» знания из разных областей, группировать их и концентрировать в контексте конкретной решаемой задачи;
- **развивающее обучение**- ориентация учебного процесса на потенциальные возможности человека и их реализацию. В концепции развивающего обучения учащийся рассматривается не как объект обучающих воздействий учителя, а как самоизменяющийся субъект учения.

В процессе выполнения практических занятий используются следующие методы:

- **исследовательский метод обучения** – метод обучения, обеспечивающий возможность организации поисковой деятельности обучаемых по решению новых для них проблем, процессе которой осуществляется овладение обучаемыми методами научными познания и развитие творческой деятельности;
- **метод рейтинга** - определение оценки деятельности личности или события. В последние годы начинает использоваться как метод контроля и оценки в учебно-воспитательном процессе;
- **проблемно-ориентированный подход**- подход, к обучению позволяющий сфокусировать внимание студентов на анализе и разрешении, какой-либо конкретной проблемной ситуации, что становится отправной точкой в процессе обучения.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 20% (13,6 ч.) аудиторных занятий.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Фонд оценочных средств является обязательным разделом РПД (разрабатывается как приложение А к рабочей программе дисциплины).

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
Рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная)

Зав. библиотекой _____ (Алиева Ж.А.)

подпись

ФИО

№ п/п	Виды заня тий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Количество изданий	
			В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5
ОСНОВНАЯ				
1.	ЛК, ПЗ, СРС	Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Е. И. Мазилкина. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 197 с. — ISBN 978-5-222-18945-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: https://www.iprbookshop.ru/4983.html	
2.	ЛК, ПЗ, СРС	Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: https://www.iprbookshop.ru/71205.html	
3.	ЛК, ПЗ, СРС	Сидорова, С. А. Маркетинг: учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. — Самара: СамГУПС, 2020. — 96 с. — ISBN 978-5-6044457-2-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: https://e.lanbook.com/book/161309	
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ				
4.	ЛК, ПЗ, СРС	Шацкая, И. В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Шацкая. — Москва: РТУ МИРЭА, 2020. — 180 с. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: https://e.lanbook.com/book/167584	
5.	ЛК, ПЗ, СРС	Маркетинг: учебное пособие / составитель О.Н. Степанченко. — пос. Караваево: КГСХА, 2019. — 37 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: https://e.lanbook.com/book/133578	
6.	ЛК, ПЗ, СРС	Гареев, Т. Р. Основы международного маркетинга: учебное пособие / Т. Р. Гареев. — Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009. — 244 с. — ISBN 978-5-88874-902-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: https://www.iprbookshop.ru/3165.html	

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение включает в себя:

библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
компьютеризированные рабочие места для обучающихся с доступом в сеть Интернет;
аудитории, оборудованные проекционной техникой.

В ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

На факультете таможенного дела и судебной экспертизы функционируют 2 компьютерных класса, предназначенных для проведения практических и лабораторных занятий. Компьютерные классы оснащены всем необходимым для проведения занятий оборудованием.

Специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ОВЗ определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ОВЗ понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания ДГТУ и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП обучающихся с ОВЗ.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ОВЗ осуществляется ДГТУ с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта ДГТУ в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию ДГТУ.

2) для лиц с ОВЗ по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ОВЗ адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины научно-педагогическим работникам рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ОВЗ в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ОВЗ устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и др.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене

9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 20____/20____ учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1.;
2.;
3.;
4.;
5.

или делается отметка о нецелесообразности внесения каких-либо изменений или дополнений на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры ЭиУ от «____» _____ 20 ____ года, протокол № _____.

Заведующая кафедрой ЭиУ _____ М.М. Шабанова, д.э.н., профессор
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Согласовано:

Декан

(подпись, дата)

(ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС факультета

(подпись, дата)

(ФИО, уч. степень, уч. звание)