

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт международных отношений, истории и востоковедения
Высшая школа международных отношений и мировой истории



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Туристский маркетинг

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Организация и технологии международного и внутреннего туризма

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. Галанин С.Ф. (Кафедра всемирного культурного наследия, Высшая школа международных отношений и мировой истории), SFGalanin@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать методику разработки и внедрения маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма

Должен уметь:

Уметь разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма

Должен владеть:

Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма Владеть нормами научного редактирования

Должен демонстрировать способность и готовность:

- организовывать маркетинговую деятельность туристической организации;
- планировать маркетинговые мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях;
- осуществлять контроль маркетинговой деятельности;
- обеспечивать рациональное использование финансовых средств, выделяемых на маркетинг;
- формулировать цель и задачи маркетингового исследования;
- организовывать сбор первичной и вторичной информации;
- анализировать рынок и рыночную конъюнктуру;
- изучать поведение потребителей, а также их мотивы и предпочтения;
- анализировать деятельность конкурентов;
- сегментировать рынок, позиционировать товары и определять ключевые факторы успеха на выбранных целевых сегментах;
- оценивать и прогнозировать спрос, емкость рынка, рыночную долю предприятия;
- формировать ассортиментную политику туристической организации;
- рассчитывать цены, обосновывать скидки и надбавки к цене;
- активно использовать ценовые инструменты в конкурентной политике;
- прогнозировать развитие спроса и продаж;
- развивать коммуникативные связи предприятия с рынком, повышать осведомленность потребителей об услугах организации;
- проводить (или заказывать) рекламные кампании и осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта;
- формировать положительное общественное мнение (имидж) о компании и ее услугах.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.07 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 43.04.02 "Туризм (Организация и технологии международного и внутреннего туризма)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 45 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 63 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет во 2 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практические занятия, всего	Практические в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Тема 1. Туристский маркетинг как целевая деятельность в сфере рынка	2	2	0	4	0	0	0	9
2.	Тема 2. Тема 2. Стратегия и тактика туристского маркетинга	2	2	0	4	0	0	0	9
3.	Тема 3. Тема 3. Разработка товарной стратегии	2	2	0	4	0	0	0	9
4.	Тема 4. Тема 4. Разработка сбытовой стратегии	2	2	0	4	0	0	0	9
5.	Тема 5. Тема 5. Разработка ценовой стратегии	2	2	0	4	0	0	0	9
6.	Тема 6. Тема 6. Сегментация туристского рынка	2	3	0	4	0	0	0	9
7.	Тема 7. Тема 7. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль	2	3	0	4	0	0	0	9
	Итого		16	0	28	0	0	0	63

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Тема 1. Туристский маркетинг как целевая деятельность в сфере рынка

Содержание понятия стратегический маркетинг. Основные принципы и цели стратегического маркетинга.

Функциональные задачи стратегического маркетинга: аналитико-оценочные, стратегические и исполнительные. Спрос, как платежеспособная потребность покупателя. Восемь состояний спроса на рынке и задачи стратегического маркетинга соответствующие различным состояниям спроса. Рынок, как сфера обмена, классификация рынков. Особенности рынка "продавца" и рынка "покупателя".

Тема 2. Тема 2. Стратегия и тактика туристского маркетинга

Стратегический маркетинг как система организации и управления деловой активностью предприятия. Цели предприятий, ориентированных на применение системы маркетинга. Тактика маркетинга и ее основные задачи.

Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом: совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, маркетинга и социально-этнического маркетинга.

Тема 3. Тема 3. Разработка товарной стратегии

Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров по договоренности и по функциональному назначению. Три уровня восприятия товара рынком: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Концепция нового товара и требования, предъявляемые к новым товарам. Причины провала новых товаров. Этапы разработки нового товара. Жизненный цикл товара на рынке: выведение, рост, зрелость, насыщение, упадок. Графическое изображение жизненного цикла товаров. Традиционная кривая жизненного цикла и отклонения. Понятие сервиса товара, как системы, при которой покупатель может выбрать нужную ему вещь и эффективно ее эксплуатировать. Виды сервисных услуг. Требования, предъявляемые к сервису. Организация сервисного обслуживания. Допродажный и постпродажный гарантитный и послегарантитный сервис. Сервисные программы отечественных и зарубежных фирм.

Тема 4. Тема 4. Разработка сбытовой стратегии

Понятие сбыта и товародвижения Каналы товародвижения (прямые и косвенные) и их функции. Стратегии сбыта (товародвижения): экстенсивное, исключительное (эксклюзивное) и выборочное (избирательное). Система товародвижения и ее элементы: Обработка заказов, упаковка, получение и отгрузка товаров, складирование, поддержание товарно-материальных запасов, транспортировка за пределы региона. Оптовая торговля и ее функции. Посредники в оптовой торговле. Организация оптовой деятельности: оптовая деятельность производителей, коммерческая оптовая деятельность (дистрибуторы), агенты и их функции. Отличия агентов и брокеров от дистрибуторов. Общее понятие о розничной торговле. Посредники в розничной торговле - дилеры. Франчайзинг, как система договорных отношений, предоставляющих дилеру дополнительные возможности по увеличению сбыта.

Тема 5. Тема 5. Разработка ценовой стратегии

Основные цели ценообразования: обеспечение выживаемости, максимизация текущей прибыли завоевание лидерства по показателям доли рынка, завоевание лидерства по показателям качества товара. Методы ценообразования: средние издержки + прибыль, анализ безубыточности и обеспечение целевой прибыли. Установление цены, исходя из ощущаемой ценности товара, установление цены на основе закрытых торгов. Разработка и внедрение системы скидок. Скидки за платеж наличными, скидки за количество закупаемого товара, функциональные скидки, сезонные скидки. Цены на новые и уже имеющиеся товары.

Тема 6. Тема 6. Сегментация туристского рынка

Сегментация туристского рынка. Понятие и значение сегментации рынка туристских услуг. Характеристика принципов и методов сегментации, основные критерии сегментации. Географические, демографические, психографические и поведенческие факторы сегментации туристского рынка. Роль сегментации в обеспечении рыночного успеха туристской фирмы.

Тема 7. Тема 7. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль

Планирование маркетинга и его фазы. Цели маркетингового плана. Составляющие маркетингового плана. Сводка контрольных показателей; изложение тенденций маркетинговой ситуации. Перечень опасностей и возможностей (SWOT-анализ). Перечень задач и проблем. Стратегии маркетинга (товарная, ценовая, сбытовая, рекламная и рыночная). Программы действий и бюджеты, выделяемые на осуществление стратегических маркетинговых мероприятий. Роль и значение стратегического маркетингового контроля в деятельности организации. Маркетинговый контроль и его виды (контроль над выполнением годовых планов, контроль прибыльности). Стратегический контроль и ревизия маркетинга.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержен приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

И. Г. Мельникова Маркетинг в туризме. Курс лекций - <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20120110.pdf>

И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова - Маркетинг ТУРИЗМА - https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/GONCHAROVA_Marketing_ELBIB.pdf

Маркетинг в туризме. Учебник - http://tempus.bseu.by/files_new1/06_2219_marketing_v_turisme.pdf

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Квартальнов В.А. Туризм - http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism13.htm

Маркетинг в туризме - <http://fb.ru/article/37489/marketing-v-turizme>

Маркетинг в туризме - http://studbooks.net/824059/marketing/suschnost_marketinga_turizme

Особенности маркетинга в сфере туризма - <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1732.htm>

Сущность и особенности маркетинга в туризме - <https://studfiles.net/preview/4242099/page:2/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Во время лекции рекомендуется вести конспект учебного материала. Особое внимание должно быть обращено на определения, категории, формулировки, раскрывающие содержание важнейших вопросов лекции, а также фиксировать научные выводы и практические рекомендации. Также рекомендуется отмечать эффективные приемы ораторского мастерства лектора для последующего их использования в процессе освоения ораторского искусства. Обращать внимание на логику изложения материала, структуру его подачи, систему аргументов и доказательств основных положений лекции. Рекомендуется оставлять в конспектах лекции поля, на которых можно делать определенные отметки и комментарии из рекомендованной литературы, а также в результате самостоятельного осмыслиения и работы над конспектом лекции. Поля позволяют подчеркнуть важность наиболее значимых положений лекции. Рекомендуется задавать преподавателю по итогам прослушанной лекции вопросы, особенно по наиболее значимым или не вполне уясненным в процессе лекции моментам.</p>
практические занятия	<p>Разъяснения по выполнению заданий к практическим занятиям:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно изучите материал по указанной теме. 2. Познакомьтесь с соответствующими разделами основной и дополнительной литературы. Используйте справочную литературу и Интернет-ресурсы. 3. Выполните все домашние задания вовремя. <p>Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы. При оценке подготовленности студента к практическим занятиям преподавателем оцениваются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей. 2. Соответствие выводов и их убедительность. 3. Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению). 4. Качество и ценность полученных результатов (спорность или однозначность выводов). 5. Использование литературных источников. 6. Культура изложения.
самостоятельная работа	<p>При самостоятельном изучении рекомендованной литературы следует делать конспект.</p> <p>Правила конспектирования:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Записать название конспектируемого произведения (или его части) и выходные данные. 2. Прочитать текст и осмыслить основное его содержание. 3. Составить план - основу конспекта. 4. Конспектируя, оставить место (широкие поля) для дополнений, заметок, записи незнакомых терминов, требующих разъяснений. 5. Запись вести своими словами, это способствует лучшему осмыслинию текста. 6. Применять определенную систему подчеркивания, сокращений, условных обозначений. 7. Можно пользоваться цветом для выделения тех или иных информативных узлов в тексте. У каждого цвета должно быть строго однозначное, заранее предусмотренное назначение.
зачет	<p>Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Зачет проводится в устной или письменной форме по вопросам (заданиям) по всем темам курса. Обучающемуся дается время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий. В период подготовки к зачету студенты могут получить у преподавателя, проводивший лекционный курс, индивидуальные и групповые консультации. Подготовка к зачету - это завершающий, наиболее активный этап самостоятельной работы студента над учебным курсом. Студенту необходимо внимательно разобраться в записях лекций и в материалах практических занятий, систематизировать и упорядочить накопленные знания. Каждая тема имеет свои узловые, основные, концептуально обобщающие вопросы, вокруг которых собирается все остальное. Это своеобразные "проверочные" вопросы перед зачетом, на них следует обратить внимание. Студент, способный на них ответить, может считать себя подготовленным, к зачету. Зачет проводится по вопросам в форме свободной беседы, в которой студент может выражать свою точку зрения, но обязательно с соответствующей аргументацией.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 43.04.02 "Туризм" и магистерской программе "Организация и технологии международного и внутреннего туризма".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.07 Туристский маркетинг

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Организация и технологии международного и внутреннего туризма

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 1071 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872844>

Муртузалиева Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.:Дашков и К, 2017. - 166 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937237> Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 1071 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872844>

Дополнительная литература:

Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 207 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519133>

Маркетинг и турбизнес [Электронный ресурс] : учебник / Н.К. Моисеева. - М. : Финансы и статистика, 2009. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279033164.html>

Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=484840>

Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.07 Туристский маркетинг

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая
перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Организация и технологии международного и внутреннего туризма

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полноту соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.