

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг в международном туризме» для направления подготовки 43.04.02 Туризм .  
Направленность (профиль) образовательной программы - Международный туризм**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:**

Изучить вопросы, связанные с теорией и практикой маркетинговой деятельности в международном туризме, особенностями организации, планирования и проведения маркетинговых исследований туризме, сформировать навыки по организации исследований и проведению мониторинга за формированием, продвижением и реализацией туристских продуктов.

**Задачи изучения дисциплины:**

\* обучение студентов основам маркетинговым исследованиям в международном туризме; формирование у учащихся современного понимания концепции маркетинга международной туристской индустрии;

\* формирование навыков по применению научных методов исследования, современных достижений и передовых технологий при проведении научно-исследовательских работ в сфере маркетинга и всех направлений развития туризма;

\* формирование навыков планирования, организации и проведения маркетинговых исследований в рамках мониторинга по формированию, продвижению и реализации туристских продуктов.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения**

**2.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения**

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Маркетинг	ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ИД-1 ОПК-4 – Знает и применяет технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности. ИД-2 ОПК-4 – Умеет разрабатывать маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма. ИД-3 ОПК-4 – Владеет навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет.

**3. Содержание дисциплины**

Специфика международного маркетинга. Его роль при разработке стратегии туристской деятельности предприятия.. Маркетинговые исследования на мировых рынках туризма.

Выбор внешнего рынка.. Среда международного маркетинга.. Способы выхода на международный рынок туризма.. Туристский рынок и туристский продукт в международном туризме.. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара в международном туризме. Формирование маркетинговой стратегии

туристского предприятия (маркетинг- микс): продуктовая, сбытовая, ценовая и коммуникационная.. Разработка эффективной стратегии развития туристского предприятия и активная политика по оценке рисков на международном рынке.