

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ  
«МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»**

ОПОП по направлению 43.03.01 – «Туризм»

Профиль: Технология и организация спортивно-оздоровительных услуг

Форма обучения Очная

**4 курс 7 семестр**

(на **20** / **\_\_** учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<b>Базовый модуль</b>					
1	0,5	<b>Лекция №1.</b> Развитие маркетинговых процессов в сфере туристских услуг.		0,5/0,5	
2		Семинар №1. Содержание маркетинга в сфере. Особенности маркетинга в сфере туризма.		0,5/0,5	
3		Практическое занятие №1. Установление основных видов потребностей в туристских услугах как средств их удовлетворения		0,5/0,5	
5	0,5	<b>Лекция №2.</b> Маркетинговая среда в сфере туристских услуг.		1/1	
6	0,5	Семинар №2. Рынок туристских услуг и товаров и маркетинговая среда в сфере туризма. Маркетинговые рычаги управления.		1,5/1,5	
8		<b>Текущий контроль 1.</b> Маркетинговая среда организации. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	3,5/6,5	4
9	0,5	<b>Лекция №3.</b> Потребитель и потребность в туристских услугах и продуктах. Производитель и туристские услуги и продукты.		4/7	
10	0,5	Практическое занятие №2. Разработка должностной инструкции работника службы маркетинга предприятий туристской индустрии.		4,5/7,5	
12		<b>Текущий контроль 2.</b> Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере сервиса. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	5,5/12,5	4
13	0,5	<b>Лекция №4.</b> Отношения между производителем туристских услуг и продуктов и потребителем.		6/13	
14	0,5	Практическое занятие №3. Выявление влияния факторов окружающей среды		6,5/13,5	

		маркетинга на деятельность предприятия туристской индустрии			
15		<b>Текущий контроль 3.</b> Система обмена на рынке. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	8,5/18,5	4
16	0,5	<b>Лекция №5.</b> Отношения между производителями туристских услуг и продуктов. Система конкуренции.		9/19	
18		Семинар №3. Управление взаимоотношениями между производителем и потребителем на рынке услуг и продуктов.		9/19	
		Практическое занятие № 4. Разработка и анализ анкет по основным параметрам		9/19	
19		<b>Текущий контроль 4.</b> Система конкуренции на рынке. <b>Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.</b>	1/5	10/24	4
20	0,5	<b>Лекция №6.</b> Отношения между производителем и прочими субъектами рынка туристских услуг и продуктов. Система партнерства.		10,5/24,5	
21		Семинар №4. Факторы, характеризующие функционирование товара на рынке туристских услуг и продуктов с точки зрения отношения потребителей к товару. Факторы, характеризующие рынок туристских услуг и продуктов с точки зрения взаимоотношения производителей и потребителей.		10,5/24,5	
22		<b>Текущий контроль 5.</b> Система рыночного партнерства. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	11,5/29,5	4
23	0,5	<b>Лекция №7. Функции маркетинга в области туризма.</b>		12/30	
24		Семинар №5. Исследование функций маркетинга в сфере туризма, их взаимосвязь и логическая последовательность. <b>РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1</b>	<b>2/10!</b>	14/40	4
25		Практическое занятие №5. Разработка торговых знаков и марок предприятий туристской индустрии		14/40	
26		<b>Текущий контроль 6.</b> Анализ функций маркетинга. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	16/45	4
27	0,5	<b>Лекция №8.</b> Политика маркетинга в области туризма.		16,5/45,5	
28	0,5	Семинар №6. Разработка стратегии		17/46	

		маркетинга в области туризма.			
29	0,5	Практическое занятие №6. Определение вида цены и стратегии ценообразования		17,5/46,5	
30	0,5	<b>Лекция №9. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению туристских услуг и продуктов.</b>		18/47	
31	0,5	Семинар №7. Системное представление о процессе управления маркетинговой деятельностью организации по продвижению туристских услуг и продуктов.		18,5/47,5	
32	0,5	Практическое занятие №7. Анализ ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта и методов распределения туристских продуктов		19/48	
33	0,5	<b>Лекция №10. Службы маркетинга.</b>		19,5/48,5	
34	0,5	Семинар №8. Организация маркетинговой службы в туристской организации.		20/49	
35		Практическое занятие №8. Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта предприятий туристской индустрии		20/49	
36		<b>Текущий контроль 7.</b> Функционирование маркетинговой службы организации. <b>Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.</b>	1/5	21/54	12
37	0,5	<b>Лекция №11. Международный маркетинг.</b>		21,5/54,5	
38		Семинар №9. Специфика международного маркетинга.		21,5/54,5	
39		Практическое занятие №9. Управление маркетинговой деятельностью отечественных организаций сферы туризма.		21,5/54,5	
40		<b>Текущий контроль 8.</b> Международные экономические отношения в сфере спортивного маркетинга. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	22,5/59,5	4
41	0,5	<b>Лекция №12.</b> Маркетинг на экспортном и международном этапах интернационализации бизнеса		23/60	
<b>2 рубежный контроль (ЦОКО) – тестирование</b>			<b>5/10</b>	28/70	4
<b>Промежуточный контроль (ЭКЗАМЕН) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</b>			<b>22/30</b>	<b>50/100</b>	36
<b>Итоговая сумма баллов за 7семестр</b>			<b>50/100</b>	<b>100</b>	<b>84</b>
* 12 часов отводится на интерактивные занятия					

**Дополнительный модуль (4 курс 7 семестр)**

<b>№ п.п.</b>	<b>Сроки проведения</b>	<b>Виды деятельности</b>	<b>Количество баллов</b>
1	По расписанию преподавателя	Развитие маркетинговых процессов. Маркетинговая среда предприятий сферы сервиса. Потребитель и потребность. Производитель и услуги и товары.	10
2		Отношения между производителем предприятий сферы сервиса и потребителем . Система обмена. Отношения между производителями. Система конкуренции.	10
3		Отношения между производителем и прочими субъектами рынка. Система партнерства. Функции и стратегии маркетинга.	10
4		Политика маркетинга. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций.	10
5		Службы маркетинга. Международный маркетинг.	10
<b>Итого:</b>			<b>50</b>