

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.10 Маркетинг в туризме

Авторы: Кириленко Марина Владимировна, ст. преподаватель

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 – Менеджмент

направленность (профиль) " Международный и национальный туризм"

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

План курса:

Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|-------|--|---|
| 1 | Теоретические основы маркетинга в туризме | Основные особенности коммерческих и некоммерческих организаций в спорте. Механизмы получения прибыли и использования ресурсов. Задачи ком. и неком. организаций спортивной индустрии, решаемые при помощи маркетинга |
| 2 | Особенности рынка туристской индустрии и его сегментация | Сегментация и позиционирование в спорте и их значение. Выявление и оценка различных подходов спортивных организаций к сегментированию рынка. Оценка эффективности стратегий позиционирования, |
| 3 | Исследования туристского рынка | Цели и задачи исследования спортивного рынка. Различные подходы к исследованиям рынка. Информация, необходимая спортивным маркетологам |
| 4 | Брендинг в индустрии туризма | Основные особенности брендов в спорте. Преимущества и недостатки строительства и расширения брендов в спортивном бизнесе. |
| 5 | Достижения конкурентных преимуществ и стратегических изменений в туристских организациях | Маркетинговые стратегии, позволяющие спортивной организации, достичь конкурентного преимущества. Особенности стратегического планирования в коммерческих и некоммерческих спортивных организациях. Использование инновационных идей для достижения конкурентного преимущества |

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль: доклад, опрос, реферат

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачета (устно) с использованием ситуационных задач.

Основная литература:

1. Маркетинг туризма / под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; пер. с англ. – М.: Альпина Пабlishерз, 2010.
2. Томич М. Маркетинг в спорте. Рынок и туристские продукты. – М.: изд-во МАФСИ, 2002 г.
3. Орлов А.В., Макарова Е.А. «Профессиональный спорт: государство, менеджмент, право (футбол-бокс-теннис)» (Монография), М.: Издательство «Палеотип», 2007