

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования в туризме (Marketing research in tourism)

Авторы:

Арутюнян Карен Сейранович, преподаватель

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Стратегическое развитие туризма»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность анализировать, проектировать, внедрять и контролировать процессы и административный регламент, применять навыки планирования и организации маркетинговых исследований, системы мониторинга внешней и внутренней среды предприятия

План курса:

Тема 1. Marketing research program.

Marketing research in tourism in the enterprise marketing management system. Stages of marketing research. Marketing research process.

Тема 2. Qualitative research in marketing.

Tasks solved by qualitative research methods in marketing. Quality research technique in marketing. Qualitative research procedure. Focus group. In-depth interviews. Projection research methods.

Тема 3. Quantitative Research in Marketing.

Description of methods for collecting quantitative information in marketing research. Polls. Observations The experiments. The technique of scaling in the formation of answers. The process of developing a questionnaire and observation sheet.

Тема 4. Expertise in marketing research.

Classification of expert assessment methods in marketing research.

Тема 5. Sampling in marketing research

Description of the main methods of sample formation. Sampling methods. Deterministic and probabilistic sampling methods.

Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины «Маркетинговые исследования в туризме (Marketing research in tourism)» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Marketing research program	Эссе
Qualitative research in marketing	Реферат
Quantitative Research in Marketing	Эссе
Expertise in marketing research	Диспут
Sampling in marketing research	Диспут

Зачет с оценкой в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература.

1. Дианова, В. А. Маркетинговые исследования: учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Менеджмент» / В. А. Дианова, А. А. Романов. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. <https://www.iprbookshop.ru/76919.html>
2. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. URL: <https://www.iprbookshop.ru/83809.html>