

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинговые исследования в туризме

---

### 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. Программа маркетингового исследования.

Маркетинговые исследования в туризме в системе управления маркетингом на предприятии. Этапы МИ. Процесс МИ.

Тема 2. Качественные исследования в маркетинге.

Задачи, решаемые качественными методами исследования в маркетинге. Техника качественных исследований в маркетинге. Процедура качественных исследований. Фокус-группа. Глубинные интервью. Проекционные методы исследований.

Тема 3. Количественные исследования в маркетинге.

Характеристика методов сбора количественной информации в маркетинговых исследованиях. Опросы. Наблюдения. Эксперименты. Техника шкалирования при формировании ответов. Процесс разработки анкеты и листа наблюдений.

Тема 4. Экспертные оценки в маркетинговых исследованиях.

Классификация методов экспертных оценок в маркетинговых исследованиях.

Тема 5. Формирование выборки в маркетинговых исследованиях.

Характеристика основных методов формирования выборочной совокупности. Методы выборки. Детерминированный и вероятностный методы выборки.

### Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины «Маркетинговые исследования в туризме» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля
---------------	--------------------------

	успеваемости
Программа маркетингового исследования	Эссе
Качественные исследования в маркетинге	Реферат
Количественные исследования в маркетинге	Эссе
Экспертные оценки в маркетинговых исследованиях	Диспут
Формирование выборки в маркетинговых исследованиях	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>