

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.12.2015 14:03:51

Уникальный программный ключ:

e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340974f9

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»

Аннотации рабочих программ дисциплин

основной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата
43.03.02 «Туризм», направленность (профиль): «Технология и организация внутреннего и
международного туризма»

Год начала подготовки – 2026, очная форма обучения

Б1.О.17 Маркетинг в туризме

Цель:	формирование у студентов знаний и навыков по решению основных проблем управления маркетинговой деятельностью организации на стратегическом и тактическом уровнях с использованием современных информационных технологий.
Задачи:	1) изучить теоретические основы управления маркетингом, основные формы и методы его управления 2) освоить практику выполнения общих и конкретных функций управления маркетингом; 3) формировать у студентов понятие о сущности и особенностях принятия и реализации маркетинговых решений 4) дать студентам представление о финансовых аспектах маркетинговой деятельности фирмы; 5) формировать у студентов способность аналитики товарной, ценовой, сбытовой и коммуни-кационной деятельностей фирмы.
Содержание дисциплины:	«Понятие, сущность, концепции и виды, управление маркетингом». «Маркетинговые исследования рынка». «Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов». «Товар и товарная политика фирмы». «Ценообразование в маркетинге». «Сбытовая политика фирмы». «Маркетинговые коммуникации». «Стратегический маркетинг».
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з. е.