

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.Б.23 Маркетинг рекреации и туризма**

Цель изучения дисциплины	формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управлении туристской организацией
Место дисциплины в учебном плане	Б1.Б.23
Формируемые компетенции	ОК-5, ПК-19,21,22,26,31
Знания, умения, навыки, получаемые в результате освоения дисциплины	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы маркетинга; – особенности маркетинга в туристской индустрии; – особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; – основные классификации услуг и их характеристики; – содержание маркетинговой концепции управления, маркетинговых стратегий организации; – основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований; – основы организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать различные виды рекламы рекреационных форм занятий и туризма, их специфику в зависимости от объекта рекламы и изменения конъюнктуры; – анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов); – оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей
Содержание дисциплины	1 Концепция маркетинга в туризме 2 Маркетинговая среда туристского предприятия 3 Комплекс маркетинга 4 Потребитель и его покупательское поведение 5 Рынок туризма 6 Управление
Формы промежуточной аттестации	Зачет с оценкой