

Утверждено
Директор ООО «ИНФОУРОК»
В.А. Шишко

Курс повышения квалификации «Организация маркетинга в туризме»

Учебная программа курса

| | |
|------------------------------|---|
| Автор курса | Афанасьев Олег Евгеньевич, профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве Российского государственного университета туризма и сервиса, доктор географических наук, доцент. |
| Цель | Формирование у обучающихся комплекса основных понятий, составляющих основу маркетинга туристских услуг и предприятий сферы туризма и гостеприимства и системы практических навыков, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в туризме. В результате изучения курса обучающиеся должны обладать систематизированными базовыми теоретическими знаниями об особенностях туристского комплекса как объекта маркетинговой деятельности, специфике рынка туристских услуг, организации маркетинговых исследований в туристской сфере, методике стратегического планирования, выбора и разработке маркетинговых стратегий, путях стимулирования сбыта туристского продукта и системе маркетинговых коммуникаций в туризме, и уметь практически применить знания, полученные в ходе освоения курса в дальнейшем изучении узкопрофильных дисциплин. |
| Задачи | При прохождении курса решаются задачи усвоения следующей информации: - сущность индустрии туризма и гостеприимства, ее основные категории и организационная структура как объекта маркетинговой деятельности; - концепции маркетинга в туризме, принципы и уровни организации маркетинговой деятельности; - понятие рынка туристских услуг, его инфраструктура, методы и принципы его классификации, сегментации и дифференциации, а также основные тенденции и закономерности развития; - виды, задачи и этапности маркетинговых исследований; - сущность маркетингового планирования в туризме; - виды и особенности маркетинговых стратегий; - особенности инновационной деятельности в маркетинге и классификации предприятий по видам инновационных стратегий; - система маркетинговых коммуникаций в туризме и гостеприимстве; - особенности и способы стимулирования сбыта туристского продукта; - реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций; - понятие личной продажи и ее специфики при реализации туристского продукта. |
| Категории обучающихся | Специалисты системы индустрии туризма и гостеприимства, туристского сервиса, имеющие высшее образование. |
| Оценка качества | Промежуточная аттестация в форме тестов, итоговое тестирование.. |
| Форма обучения | Заочная. В процессе обучения применяются исключительно дистанционные образовательные технологии и электронное обучение. |

| | |
|---|--|
| <p>Прогнозируемые результаты</p> | <p>По результатам прохождения данного дистанционного курса у слушателей должны получить дальнейшее развитие следующие компетенции: Владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; Осознание социально-экономической значимости профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности. Слушатели, освоившие программу, должны знать: Основные положения статистического и содержательного определения индустрии туризма и гостеприимства; основные положения концепции маркетинга в туризме, основные закономерности развития рынка туристских услуг; методы маркетинговых исследований в туризме, основы стратегического планирования деятельности туристского предприятия, виды и особенности выбора и разработки маркетинговых стратегий предприятия сферы туризма, понятие системы маркетинговых коммуникаций, методы стимулирования сбыта туристского продукта, особенности рекламы и PR как способов донести до потенциального потребителя информацию о турпродукте, основы теорий мотивации в оценке мотивов и потребностей потребителя, а также этапы и пути реализации процесса личной продажи как важного инструмента маркетинга в туризме; уметь: Осуществлять деятельность по выбору методов маркетинговых исследований, разрабатывать новые и анализировать существующие стратегические планы развития предприятия туризма, выбирать и разрабатывать необходимые маркетинговые стратегии, планировать деятельность предприятия по стимулированию сбыта туристского продукта и туристских услуг, анализировать и выбирать каналы сбыта, осуществлять деятельность по взаимодействию с потребителями туристских услуг, анализировать их мотивы и потребности, и осуществлять процесс личной продажи в соответствии с их особенностями; владеть: Навыками управления процессами формирования и продвижения туристского продукта, разработки и реализации маркетинговых стратегий, а также навыками осуществления маркетинговых исследований; умениями решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий в сфере туристского маркетинга; навыками планирования собственной деятельности как потенциального работника туристского предприятия и деятельности турфирмы.</p> |
| <p>Выдаваемый документ</p> | <p>По окончании курса учитель получает печатное удостоверение о повышении квалификации установленного образца. Удостоверение высылается учителю Почтой России .</p> |